



Jahresbericht 2021/22

Verband der
Nordwestdeutschen Textil- und
Bekleidungsindustrie e.V.

Verband der
Nordwestdeutschen
Textil- und
Bekleidungsindustrie
Jahresbericht
2021/22



Dr. Wilfried Holtgrave
Präsident



Dr. Walter Erasmy
Hauptgeschäftsführer

im Mai 2022

Inhalt

Vorwort Seite	5
Konjunktur Seite	7
Energiekosten Seite	8
Nachhaltigkeit entlang der Lieferketten Seite	9
Umwelt Seite	38
Aus- und Weiterbildung Seite	40
Recht Seite	48
Zoll Seite	49
Politik Seite	51
Zitex Seite	56
Textilakademie Seite	57
Veranstaltungen Seite	63
Verbandsgebäude Seite	67
Rückblick Rechtsabteilung Seite	68
Unser Verband Seite	74

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder und Freunde unseres Verbandes,

dieser Jahresbericht erscheint in bewegten Zeiten, die durch enorme Unsicherheiten geprägt sind. Möglicherweise erscheint der eine oder andere Beitrag bei der Lektüre überholt. Das ist den Umständen geschuldet. Die Corona-Pandemie und die Folgen des Ukraine-Kriegs haben unsere Mitgliedsunternehmen und damit unser Verbandsleben fest im Griff. Darüber berichten wir genauso wie über die vielfältigen Verbandsaktivitäten. Breiten Raum nehmen dabei die verschiedenen Aspekte des Themas Nachhaltigkeit ein, das für unsere Mitgliedsunternehmen immer wichtiger wird und das sie aktiv angehen. Aber auch unsere Textilakademie hat sich weiterentwickelt. Insgesamt gibt es also auch abseits der Krisen unserer Zeit viel Interessantes und Neues zu berichten.

Wir wünschen Ihnen eine interessante und informative Lektüre.



Dr. Wilfried Holtgrave
Präsident



Dr. Walter Erasmay
Hauptgeschäftsführer

Das Ende von „vielversprechend“

Der Krisenmodus scheint zum Dauerzustand zu werden. Kaum begann die Corona-Pandemie ihren seit März 2020 währenden festen Griff ein wenig zu lockern, da kam mit dem Einmarsch von Putins Truppen in die Ukraine die nächste Krise. Deren unmittelbaren Folgen für die deutsche Wirtschaft erreichten die Unternehmen nach wenigen Tagen mit voller Wucht in Form von drastisch steigenden Energiepreisen.

Dabei war das Jahr 2021 durchaus im Wortsinn „vielversprechend“ verlaufen, denn es war geprägt durch eine erfolgreiche Aufholjagd. Die Umsätze stiegen branchenweit um 5,5 %, bei den Textilern (+6,9 %) stärker als bei den Bekleidern (+3 %). Dabei waren die Unterschiede zwischen den einzelnen Sparten aber enorm. Während die Spinnereien, Veredlungsbetriebe und Hersteller technischer Textilien zweistellig wuchsen, verloren Hersteller von Teppichwaren und Seilereien zweistellig.

Die Umsatzentwicklung nach der Zielregion der Umsätze zeigt dabei sehr klar, dass der Aufschwung vom Ausland und dort besonders vom Ausland außerhalb der EU getragen wurde. Das gilt im besonderen Maße für die Bekleidung, wo der Inlandsumsatz und der Umsatz mit der EU auf dem Vorjahresniveau verharrt, der Umsatz mit dem übrigen Ausland jedoch um +17,8 % wuchs. Bei Textil betrug letzterer Wert +16,6 %, aber hier kamen noch Steigerungen im Inlandsgeschäft (+4,6 %) und mit der EU (+3,5 %) hinzu.

Die Exporte sind im Jahr 2021 teilweise deutlich angestiegen. Allerdings

zeigen sich einige Verschiebungen. So sinken beispielsweise die Exporte nach Großbritannien nach dem EU-Austritt und auch Polen ist eines der großen Exporthandelspartnerländer, in dem die Exportzahlen sinken. Insgesamt sind die Exporte in die EU wieder deutlich gestiegen und auch das wichtige Exportland USA hat wieder klar zugelegt. Das gilt auch für die Türkei, China und Russland, aber als Exportpartner sind diese Länder wie auch die Ukraine noch immer vergleichsweise unbedeutend.

Leider waren mit dem Umsatzwachstum kein Gewinn- und auch kein Beschäftigungszuwachs verbunden. Insgesamt ging die Beschäftigung um 4,3 % zurück, im Textilsektor (-3,3 %) weniger stark als im Bekleidungsbereich (-6,5 %).

Denn zu einem immer größeren Problem wurden die Beschaffungspreise sowohl für Energie wie für Rohstoffe und Materialien – und das schon vor dem Krieg in der Ukraine. Über das gesamte Jahr 2021 gesehen stiegen die wesentlichen Preise schon im zweistelligen Bereich, im Dezember setzte aber schon die zusätzliche Dynamik ein, die sich dann in voller Wucht im weiteren Verlauf des Jahres 2022 niederschlug. So stiegen im Dezember 2021 die Preise für Strom um mehr als 125 % und für Kunststoffe um 26 % gegenüber dem Vorjahresmonat.

Die Aussichten für 2022 sind mehr als ungewiss. Ende 2021 hatten noch alle Anzeichen auf eine weitere Erholung hingedeutet, in den Umfragen überwog der Optimismus. Der Krieg in der Ukraine hat dem ein Ende gesetzt. „Vielversprechend“ – das war gestern.

Energie: Die Verunsicherung ist gewaltig



Schon zum Jahreswechsel 2021/2022 zogen die Energiepreise stark an. Strom wurde für die Industrie im Januar um 25 % teurer, Gas um 70 %. Im März – nach dem russischen Angriff auf die Ukraine – lagen die Strompreise an der Börse dann beim sechsfachen des Vorjahreswerts und die Gaspreise schossen ebenfalls in die Höhe.

Die deutsche Textilindustrie braucht für ihre Produktion jährlich drei Terrawattstunden Strom und zwei Terrawattstunden Gas – so viel wie etwa eine halbe Million Privathaushalte. In einer Blitzumfrage unseres Gesamtverbands textil+mode im März berichteten 15 % der Unternehmen, dass sich ihre Stromkosten in den letzten zwölf Monaten um 200 % erhöht hätten, 20 % verzeichneten solche Steigerungen beim Gas. Jeweils 25 % der Unternehmen stuften die Energiekostenexplosion als existenzbedrohend ein oder wollten dies für die Zukunft nicht ausschließen.

Die Ursachen für diese Entwicklungen sind vielfältig, einige aber auch nicht zu erklären – immerhin stiegen die Preise, obwohl es zu diesem Zeitpunkt keinen Stopp oder eine Reduzierung der Gaslieferungen aus Russland gab.

Klar ist aber, dass staatliche Abgaben in nicht unerhebli-

chem Umfang für die Steigerungen verantwortlich sind.

Gemeinsam mit unserem Gesamtverband textil+mode, der zudem auch das Bündnis „Faire Energiewende“ koordiniert – in dem Verbände anderer energieintensiver und mittelständisch strukturierter Industrien Mitglied sind – haben wir uns daher mit Forderungen an die Politik gewandt. Die Handlungsmöglichkeiten des Staates sind einerseits überschaubar, andererseits aber auch kurzfristig zu realisieren. Dies gilt insbesondere für die Belastungen durch die staatlich induzierten Steuern, Abgaben und Umlagen wie Stromsteuer, CO₂-Steuer und EEG-Umlage. Denkbar wäre als ultima ratio auch eine vorübergehende Deckelung des Strompreises für die Industrie, wie wir es von unseren französischen Wettbewerbern kennen.

FAIRE ENERGIEWENDE
Faire Energiepreise für eine wettbewerbsfähige
Industrie in Deutschland!

Gleichzeitig machen die Textil-Verbände bei jeder sich bietenden Gelegenheit darauf aufmerksam, welche wichtige Rolle Textilien in zahlreichen industriellen Lieferketten spielen. Denn die Verunsicherung ist gewaltig. Sie reicht bis hin zu Befürchtungen, dass Unternehmen, die fälschlicherweise als nicht systemrelevant angesehen werden – im Falle eines möglichen Lieferstopps von Gas aus Russland – gar kein Gas mehr erhalten und in der Folge ihre Produktion einstellen müssen.

Nachhaltigkeit in den Lieferketten – schnell formuliert, schwer umzusetzen

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ hat eine lange und wechselhafte Geschichte hinter sich. Als Erfinder gilt ein sächsischer Oberberghauptmann, der 1713 in einer Anweisung für die Baumzucht erstmalig von einer nachhaltenden Bewirtschaftung des Waldes sprach. Gemeint war, dass nicht mehr Bäume gefällt werden sollen als nachwachsen. Im Duden erschien der Begriff „Nachhaltigkeit“ erstmals 1880, aber so richtig in aller Munde ist er erst seit einigen Jahren. Seitdem ist er übrigens von verschiedenen Medien und Institutionen je nach Weltanschauung mal zum „Wort“ und mal zum „Unwort“ des Jahres erklärt worden. Ein Modewort ist „Nachhaltigkeit“ jedenfalls längst nicht mehr. Nur 15 % der Deutschen glauben, dass der Begriff wieder aus unserem Wortschatz verschwindet, 55 % halten es quasi für eine gesellschaftliche Pflichtaufgabe, wenn sie sagen, dass Nachhaltigkeit kein Luxus sein darf.

Auch für die meisten Unternehmen ist nachhaltiges Wirtschaften und Produzieren längst selbstverständlich. Zum Selbstverständnis eines mittelständischen Familienunternehmers gehört es ohnehin auch nachfolgende Generationen im Blick zu haben und langfristig zu denken. Aber auch Kunden fragen immer mehr nach nachhaltigen Produkten. Sich auf veränderte Kundenwünsche einzustellen, ist für die Unternehmen unseres Verbandes Alltag und selbstverständlich, letztlich auch notwendig.

In Sachen Nachhaltigkeit mischt aber in immer größerem Maße auch die Politik mit. Während produzierende Un-

ternehmen in Deutschland unter oft strengeren Auflagen hinsichtlich des Umweltschutzes und anderer Nachhaltigkeitsaspekte produzieren als die meisten ihrer internationalen Wettbewerber, nimm die Politik nun auch Einfluss auf die ausländische Produktion deutscher Unternehmen. Die Lieferkette steht im Mittelpunkt des politischen Interesses. Der Anspruch: Deutsche Unternehmen sollen Verantwortung dafür übernehmen, dass entlang ihrer gesamten Liefer- und Wertschöpfungskette soziale und ökologische Standards eingehalten werden. Was schnell formuliert ist, ist in der Praxis aber schwer umzusetzen. In der globalisierten Textil- und Bekleidungsindustrie verlaufen die Lieferketten um die ganze Welt. Dabei sind an einem recht einfachen Produkt wie einem Herrenoberhemd schon rund 150 Unternehmen beteiligt.

Dass insbesondere kleine und mittlere Unternehmen Schwierigkeiten haben dürften, ihre gesamte Lieferkette zu kontrollieren, spielte daher in den Diskussionen über ein Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz auf Bundesebene auch eine große Rolle. Dieses Gesetz wurde in der letzten Legislaturperiode kurz vor der Bundestagswahl beschlossen und tritt zum 1. Januar 2023 zunächst für Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern in Kraft. Das deutsche Gesetz sollte auch ein Benchmark für eine europäische Richtlinie sein, an der auch gearbeitet wird. Wir wollen in diesem Jahresbericht beide Ebenen und die verbandlichen Aktivitäten dazu beleuchten.

„Hier läuft etwas gewaltig schief“



Dr. Uwe Mazura
Hauptgeschäftsführer
unseres
Gesamtverbandes
textil+mode

Über die Beratungen zum Lieferketten-sorgfaltsgesetz sprachen wir mit dem Hauptgeschäftsführer unseres Gesamtverbandes textil+mode, Dr. Uwe Mazura

t+m hat sich kritisch zum Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz positioniert. Das Gesetz betrifft aber zunächst nur Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern, später mit mehr als 1.000 Mitarbeitern. Sind dann nicht die meisten mittelständischen Unternehmen der deutschen Textil- und Modeindustrie gar nicht betroffen von dem Gesetz?

Das Gesetz gilt zunächst ab 2023 unmittelbar für alle Unternehmen, die hierzulande mindestens 3.000 Mitarbeiter beschäftigen. Ab 2024 wird dieser Schwellenwert dann auf 1.000 Arbeitnehmern abgesenkt. Für alle anderen Unternehmen bedeutet dies aber keinesfalls, dass sie sich zurücklehnen können. Denn sie werden gleichwohl vom „Dunstkreis“ des Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetzes, kurz LkSG, erfasst sein, weil die neuen Sorgfaltanforderungen entlang der Lieferketten weitergereicht werden.

Größere Unternehmen werden ihre Einkaufsrichtlinien an die Anforderungen des LkSG anpassen und entsprechende Nachweise von ihren Lieferanten einfordern. Auch KMU sollten sich daher auf das Gesetz vorbereiten und entsprechende Prozesse implementieren, um keine Auslistung oder ähnliche Nachteile zu riskieren.

Diese mittelbare Betroffenheit stellt im Übrigen auch einen der wesentlichen Kritikpunkte von uns am Gesetz dar. Denn die Beteuerung der Bundesregierung, KMU durch das Gesetz nicht zusätzlich belasten zu wollen, stellt im Ergebnis nur eine leere Worthülse dar.

Schließlich ist wohl auch davon auszugehen, dass die bestehenden Schwellenwerte in den nächsten Jahren weiter nach unten angepasst werden. Dies gilt insbesondere dann, wenn der im Februar vorgestellte Entwurf einer europäischen Lieferketten-Richtlinie auch tatsächlich verabschiedet wird.

Wie haben Sie die politische Diskussion über das Gesetzesvorhaben wahrgenommen?

Vornehm ausgedrückt: als nicht differenziert, sondern in erster Linie als ideologisch. Die deutsche Textil- und Modeindustrie geht weltweit voran, wenn es um gute und faire Arbeits- und Sozialstandards und die Einhaltung der Menschenrechte geht. Wenn Sie sich die politische Debatte angehört haben, musste man meinen, wer für deutsche Firmen arbeitet, würde ausgebeutet, ausgenutzt und habe keine Rechte. Das fand ich persönlich eine unglaubliche Diffamierung der deutschen Industrie. Um politische In-

teressen durchzusetzen, wurde mehr als ein Mal der Anschein erweckt, die deutsche Wirtschaft sei nicht in der Lage, die Menschenrechte zu achten. Dafür war manchem Minister jedes Bild recht, selbst Vor-Ort-Termine und Fotos von Minen und Gerbereien in Afrika, zu denen kein einziges deutsches Unternehmen Geschäftsbeziehungen unterhält.

Wie hat sich t+m eingebracht?

Wir haben in die verschiedensten Richtungen kommuniziert. Einerseits in die Politik, um zu erklären, dass ein Mittelständler beispielsweise nicht alle 150 Schritte kontrollieren kann, die ein einfaches weißes Herrenoberhemd in der Produktion durchläuft, bis es bei uns am Bügel hängt. Auf der anderen Seite haben wir in die Mitgliedschaft kommuniziert, damit sie sich frühzeitig auf das Gesetz vorbereiten konnten. Die heiße Phase in der politischen Auseinandersetzung fiel dann mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie zusammen, und ich kann verstehen, dass viele Unternehmen zu diesem Zeitpunkt ganz andere Sorgen hatten. Deshalb haben wir gerade in dieser Phase

gegenüber der Politik immer wieder dringend die Machbarkeit einer Lieferkettengesetzgebung angemahnt.

t+m hat vor zu viel Bürokratie bei der Umsetzung des Gesetzes gewarnt. Wo sehen Sie die Probleme für die Unternehmen?

Kein mittelständisches Unternehmen in Deutschland braucht noch ein weiteres Bürokratiemonster. Wenn selbst der Gesetzgeber Probleme hat zu erklären, wie sein Gesetz konkret umgesetzt und angewendet werden soll, sage ich: Hier läuft etwas gewaltig schief. Politisch zu sagen: Die deutsche Wirtschaft soll dafür garantieren, dass weltweit die Menschenrechte eingehalten werden, ist relativ einfach. Aber das in ein Gesetz zu fassen, ist schon im Ansatz zum Scheitern verurteilt, weil sie das für jedes Produkt, für jeden Rohstoff, für jeden Schritt in ihrer Lieferkette gar nicht garantieren können. Wenn Sie aber darauf hinweisen, werden sie ganz schnell in die Ecke gedrängt, dass sie gegen Menschenrechte und für Kinderarbeit seien. Da ist es dann viel einfacher zu sagen: Natürlich bin ich für ein Liefer-

Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller und Minister Hubertus Heil, Bundesminister für Arbeit und Soziales der Bundesrepublik Deutschland bei der Vorstellung des Lieferkettensorgfaltsgesetz



kettengesetz. Das konnten wir aber schon deshalb nicht, weil wir in dem ganzen Prozess immer wieder sehr detailliert geschaut haben, was auf die Unternehmen im Einzelnen zukommt und was tatsächlich auch machbar ist. Insgesamt muss ich sagen, die politische Diskussion wurde zum Teil von einer hohen moralischen Warte mit nicht akzeptablen Behauptungen gegen die Industrie geführt. Das war kein Ruhmesblatt für manchen politischen Vertreter.

Wie unterstützt t+m die Unternehmen bei der Umsetzung des Gesetzes?

Wir unterstützen die Unternehmen auf vielfältige Weise, um den bürokratischen Aufwand vor allem für kleinere und mittelständische Unternehmen zu reduzieren. So haben beispielsweise Ende Januar/Anfang Februar zahlreiche Experten auf einer von uns organisierten dreiteiligen Online-Konferenz ausführlich über die Anforderungen des Lieferkettengesetzes und über deren betrieblichen Umsetzungsmöglichkeiten informiert. Daneben können die

Mitgliedsfirmen unserer Mitglieder diverse Sonderkonditionen in Anspruch nehmen, z. B. für digitale Hinweisgebersysteme, Lieferkettenmanagement-Tools oder Beratungsleistungen unserer CSR Consulting Gesellschaft.

Darüber hinaus stehen wir im engen Austausch mit den zuständigen Ministerien und dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), so dass wir hierüber nicht nur umsetzungsbezogene Fragen adressieren können, sondern unsere Unternehmen auch schnellstmöglich über alle weiteren wichtigen Entwicklungen im Zusammenhang mit dem LkSG informieren können.

Schließlich bieten wir gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland verschiedene Hilfestellungen für die Unternehmen an, wie etwa einen aktualisierten „Code of Conduct der deutschen Textil- und Modewirtschaft“ oder Muster-Selbstauskunftsbögen für Lieferanten.



Wie unterscheidet sich die EU-Richtlinie (nach aktuellem Stand) vom deutschen Gesetz?

Nach Abschluss der deutschen Diskussion über das Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz hat die Europäische Kommission am 23. Februar 2022 ihren Vorschlag einer EU-Richtlinie vorgelegt, die den deutschen Gesetzgeber im Fall ihrer Verabschiedung verpflichten wird, die nationale Rechtslage erneut zu ändern.

Dies ist von der Bundesregierung ausdrücklich so gewollt: Deutschland hat seine EU-Ratspräsidentschaft im ersten Halbjahr 2021 dazu genutzt, die Forderungen aus dem Europäischen Parlament nach einer EU-weiten Regelung zu unterstützen.

Der Kommissionsvorschlag geht in vielerlei Hinsicht weit über den deutschen Regelungsrahmen hinaus:

Betroffen sind Unternehmen nach EU-Recht mit mehr als 500 Mitarbeitern und 150 Millionen Euro Jahresnettoumsatz sowie in Branchen wie u. a. Textil, Leder, Schuhwaren kleinere Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern und 40 Millionen Euro Jahresnettoumsatz, wovon mindestens 50 Prozent in einem oder mehreren der folgenden Sektoren erwirtschaftet wurden. Bei Unternehmen nach Nicht-EU-Recht entfällt sogar die Untergrenze bei der Mitarbeiterzahl.

Die Sorgfaltspflichten umfassen 22 internationale Übereinkommen aus dem Bereich der Menschenrechte und 11 Verbots-Tatbestände in internationalen Umweltkonventionen.

Die vom Europaparlament geforderte Haftung für die gesamte Kette soll es nicht geben, aber auch keine klare Begrenzung auf Tier-1. Von der Verant-

wortung umfasst sein sollen eigene Tätigkeiten, jene von Tochtergesellschaften und Einheiten in der Wertschöpfungskette, mit denen das Unternehmen eine etablierte Geschäftsbeziehung hat.

Die Unternehmen sollen bei möglichen schädlichen Folgen für die Umwelt oder Menschenrechte Maßnahmen ergreifen in Form von Investitionen in Produktion und Infrastruktur, der Aufstellung von Aktionsplänen mit festen Fristen und Indikatoren und/oder Einfrieren von Geschäftsbeziehungen.

Hierfür sollen sie zivilrechtlich haften und vor Gerichten in der EU verklagt werden können, wenn sie ihren Sorgfaltspflichten nicht nachgekommen sind. Ausnahmen sind allerdings vorgesehen für Schäden durch Handlungen indirekter Geschäftspartner, wenn das EU-Unternehmen ausreichend gehandelt hat, um nachteilige Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit zu verhindern, zu minimieren oder zu beenden. Eine weitere Ausnahme soll greifen, wenn das EU-Unternehmen von seinen Geschäftspartnern vertragliche Zusicherungen erhalten hat, dass sie den Verhaltenskodex des Unternehmens einhalten. Mit seiner Forderung, auch eine strafrechtliche Haftung einzuführen, konnte sich das Parlament bislang nicht durchsetzen.

Durchgesetzt werden sollen die neuen Regelungen durch ein noch zu schaffendes europäisches Überwachungsbehörden-Netzwerk und durch den nationalen Gesetzgeber festzulegende Sanktionen, zum Beispiel in Form von Geldbußen.



Ralph Kamphöner,
Leiter des Brüsseler Büros
von t+m

Die Unternehmen ihrerseits sollen künftig einen Beschwerdemechanismus für Geschädigte, Arbeitnehmervertretungen und allgemeine zivilgesellschaftliche Organisationen einrichten müssen.

Wie positioniert sich das Parlament und wie verhalten sich die anderen Mitgliedstaaten?

Die Kommission hat insgesamt ein Jahr benötigt, um sich auf ihren Vorschlag zu dem genannten Regelungskatalog zu verständigen. Die Verspätung wurde verursacht durch wiederholte Kritik der kommissionsinternen Regulatory Scrutiny Board, das immer wieder die von Justizkommissar Reynders und seiner Generaldirektion vorgelegten Texte als mangelhaft zurückwies. Dass Reynders mit den Kommissaren Breton und Jourova schließlich zwei weitere Kommissarskollegen zur Seite gestellt wurden, trug nochmal zur Verzögerung der legislativen Arbeit bei.

Seit dem 23. Februar liegt nun der Kommissionstext wieder beim Parlament. Letzteres hatte vor Jahresfrist einen Bericht verabschiedet, der von der Kommission sehr weitreichende

Regelungen für fast alle Unternehmen mit Ausnahmen nur für kleinste Mikrobetriebe forderte. Die für diesen Text verantwortliche Berichtstersterin, die niederländische Sozialdemokratin Lara Wolters, ist auch jetzt wieder federführend mit der Erarbeitung der parlamentarischen Stellungnahme betraut. Die Belange der mittelständischen Wirtschaft haben bei den Abgeordneten in Brüssel und Straßburg bisher trotz intensiver Kommunikation der Wirtschaftsverbände kaum Gehör gefunden. Gut gemeinte gesellschaftspolitische Ambitionen und teils wenig praxisnahe Vorstellungen von der betrieblichen Realität lassen befürchten, dass das Parlament den Kommissionsvorschlag eher noch weiter verschärfen wird.

Nicht alle der 27 EU-Mitgliedstaaten haben sich bisher schon öffentlich zu den laufenden Diskussionen geäußert. Diverse Länder, in denen bereits eine nationale Lieferkettengesetzgebung existiert, sprechen sich für eine EU-weit einheitliche Regelung aus, um so ein „level playing field“ zu schaffen. Andere Staaten wiederum könnten sich im Rat letzten Endes gegen eine EU-Lieferkettenrichtlinie positionieren. In welche Richtung die Reise geht, wird von den kommenden Beratungen



abhängen, in deren Verlauf durchaus noch erhebliche Änderungen des Kommissionsvorschlags möglich sind.

Was macht textil+mode?

Der Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie lehnt die geplante Regelung auf EU-Ebene als praxisfremd und überzogen ab. Die Unternehmen in unserer Branche zeigen einen hohen Grad an unternehmerischer Verantwortung, auch im internationalen Vergleich. Ihr wirtschaftliches Engagement und ihr Know-how-Transfer tragen zu nachhaltigem Wachstum und höherer Beschäftigung in Entwicklungs- und Schwellenländern bei. Unsere Verantwortung ist Ausdruck einer Unternehmenskultur, die weit über die Grenzen juristischer Haftung hinausreicht. An dieser Kultur der Ethik werden wir auch in Zukunft festhalten; dafür braucht es keine neue gesetzliche Regelung.

Die für uns selbstverständlichen menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten dürfen nicht zu einer systemfremden Gefährdungs- und Sicherstellungshaftung für die Lieferkette ausgeweitet werden. Internationale Vertragsbeziehungen dürfen nicht von gegenseitigem Misstrauen und fortwährender Kontrolle geprägt werden.

Das von der Europäischen Kommission vorgeschlagene staatliche Überwachungssystem würde zu einer erheblichen Verlangsamung sowie Kosten- und Bürokratiesteigerung des Geschäftsverkehrs führen. Dies gilt für größere und kleine Unternehmen gleichermaßen.

Da KMU über weniger personelle Ressourcen verfügen als große Handelsunternehmen und Textil- und Modehersteller als Zulieferer viele Geschäftskunden haben, wäre es besonders schwierig für sie, diesen Anforderungen gegenüber sämtlichen

Geschäftspartnern zu entsprechen. Zudem unterliegen sie als Zulieferer von größeren Unternehmen letztlich doch den für diese geltenden höheren Anforderungen, selbst wenn sie bis zu einer bestimmten Mitarbeiterzahl formell von der neuen Richtlinie ausgenommen sind.

Durch die Corona-Pandemie hat sich die wirtschaftliche Situation in Europa deutlich verschlechtert. In der aktuellen Lage gilt es deshalb, zusätzliche Belastungen für die Wirtschaft durch neue Regulierungsvorgaben zu vermeiden.

Wenn die EU schon Regelungen über unternehmerische Sorgfaltspflichten in den Lieferketten vorsieht, müssen dabei Maß und Mitte gewahrt werden. Von den Unternehmen darf nur verlangt werden, was sie auch realistisch leisten können. Folgende inhaltliche Maßgaben müssen daher Berücksichtigung finden:

- Getreu den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UNGP) sollte sich eine EU-gesetzliche Sorgfaltspflicht auf international anerkannte Menschenrechte konzentrieren.
- Die unternehmerische Sorgfaltspflicht darf sich nur auf diejenige Ebene erstrecken, die von den betroffenen Unternehmen auch tatsächlich kontrolliert werden kann. In der Praxis ist dies die erste Ebene („Tier-1“), also nur die direkten Zulieferer der betroffenen Unternehmen.
- Die Verhängung von Sanktionen muss auf vorsätzliche und grob fahrlässige Verstöße begrenzt und eine zivilrechtliche Haftung ausgeschlossen sein.
- Bürokratische Belastungen (Berichtspflichten etc.) müssen auf das absolute Minimum begrenzt werden.



EU-Parlament in
Brüssel

■ Nach dem Vorbild der französischen Regelung sollte der Schwellenwert für die betroffene Unternehmensgröße im mittleren vierstelligen Mitarbeiterbereich liegen.

■ Eine weitergehende Sorgfaltspflicht wäre angesichts der realen Einflussmöglichkeiten unserer Textil- und Bekleidungsunternehmen lebensfremd und daher grob unverhältnismäßig. Deshalb darf es keine Beweislastumkehr zu Lasten der heimischen Unternehmen geben.

■ Haftungserleichterungen für etablierte branchenspezifische Standards („Safe-Harbour“) müssen anerkannt werden. Zu Rechtssicherheit und Umsetzbarkeit könnten auch Selbsterklärungen (ähnlich wie im Kartellverfahren), white lists oder auch Firmenlisten nach dem bewährten Vorbild des bereits existierenden EU-Exportkontrollrechts beitragen.

■ Viele Vertragsbeziehungen im Außenhandel sind langfristiger Natur. Europäische Unternehmen investieren

so erhebliche Mittel zur Förderung von Sozial-, Umwelt- und weiteren Standards. Zum Aufbau künftiger Systeme sind daher hinreichend lange Übergangsfristen (5 Jahre) unbedingt erforderlich.

Mit diesen Forderungen steht textil+mode nicht allein. Der Gesamtverband wird unterstützt von einer breiten Allianz deutscher Wirtschaftsverbände an ihrer Spitze BDA und BDI. Auch Euratex, unser Dach- und Spitzenverband auf EU-Ebene, spricht sich gegen unverhältnismäßige Mehrbelastungen der mittelständischen Wirtschaft aus. Als konstruktiver Dialogpartner der beteiligten europäischen Institutionen setzt sich t+m mit Unterstützung der gesamten Branche dafür ein, dass die Mehrbelastungen für die Unternehmen der krisengeschüttelten deutschen Textil- und Modebranche entweder im Rahmen eines generellen Moratoriums ganz abgewendet oder zumindest auf ein verträgliches Mindestmaß reduziert werden.

t+m Stellungnahme zum Entwurf der EU-Lieferkettenrichtlinien

t+m bekennt sich zu freiem und fairem Handel. Dazu gehören auch faire Beziehungen in der Lieferkette. Hierzu leisten unsere Unternehmen bereits heute große Anstrengungen.

Wir begrüßen grundsätzlich den Ansatz, die Thematik – wenn man schon Gesetzgebung schaffen will – EU-weit statt auf nationaler Ebene zu regeln.

Der Richtlinienentwurf gibt in einigen Bereichen die extremen Positionen des ursprünglichen Parlamentsvorschlags (Wolters-Bericht) auf, schießt aber immer noch weit über das gebotene Maß – wie auch über das deutsche LkSG – hinaus. Die Schlechterstellung von Textil und Mode gegenüber anderen Industrien entspricht nicht der Realität. Die deutsche Textil- und Modeindustrie zeigt auch im internationalen Vergleich einen hohen Grad an unternehmerischer Verantwortung. Ihr wirtschaftliches Engagement und ihr Know-how-Transfer tragen zu nachhaltigem Wachstum und höherer Beschäftigung in Entwicklungs- und Schwellenländern bei.

Die Kommission ist offenbar immer noch geleitet von einem Zerrbild der Textil- und Modebranche. Nach der Ablehnung unserer Einladung zum Austausch anlässlich unseres Online-Lieferkettenseminars im Januar 2022 erscheint die Realitätsferne ihres heutigen Vorschlags wenig überraschend.

So schafft der Richtlinienentwurf nunmehr weitere neue Bürokratie für mittelständische Unternehmen, wo eigentlich eine Entbürokratisierungsoffensive das Gebot der Stunde wäre. Das heute vorgeschlagene staatliche Überwachungssystem mit seiner systemfremden Gefährdungs- und Sicherstellungshaftung für die Lieferkette droht den Geschäftsverkehr erheblich zu verlangsamen und zu verteuern. Eine Safe-Harbour-Regelung, die betroffenen Firmen zumindest den praktischen Umgang mit den kommenden Verpflichtungen erleichtern könnte, findet sich in dem Kommissionstext leider nicht.

Die Kommission hat leider mit ihrem Richtlinienentwurf auch handwerklich insgesamt keine gute Arbeit abgeliefert: Nachdem der Richtlinienentwurf nach wiederholter Kritik des kommissionsinternen Regulatory Scrutiny Board ein Jahr später als ursprünglich geplant vorgelegt wurde, sind Inhalt und Reichweite der kommenden Verpflichtungen immer noch nicht präzise genug definiert, um eine Anwendung in der betrieblichen Praxis zu ermöglichen. Das wäre bei einer besseren Konsultation der Wirtschaftsbeteiligten leicht vermeidbar gewesen. In der jetzt vorgelegten Fassung geht der Richtlinienentwurf der Kommission immer noch weit an der betrieblichen Realität der Unternehmen und ihrer Mitarbeiter vorbei.

„Ja zu Nachhaltigkeit entlang der Lieferketten, Nein zu immer neuen Bürokratie-Tsunamis!“



Ingeborg Neumann,
Präsidentin des
Gesamtverbandes
textil+mode

Für die Unternehmen der deutschen Textil- und Modeindustrie ist die Nachhaltigkeit entlang ihrer Lieferketten ein immer wichtigeres Thema. Das machte eine Online-Konferenz deutlich, zu der der Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie und seine Mitgliedsorganisationen Ende Januar, Anfang Februar an drei Tagen eingeladen hatten. Mit rund 500 Anmeldungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz war es die bislang größte Veranstaltung der Textil- und Modebranche, die sich schwerpunktmäßig mit dem ab nächsten Jahr geltenden Lieferkettengesetz und weiteren wichtigen Nachhaltigkeitsanforderungen in den textilen Lieferketten beschäftigt hat.

Die Präsidentin des Gesamtverbandes textil+mode, **Ingeborg Neumann**, wies in ihrer Key-Note auf die Bedeutung der Nachhaltigkeit besonders für die mittelständische Textil- und Modeindustrie hin: „Wir als mittelständische Unternehmer nehmen die Verantwort-

ung entlang unserer Lieferketten wahr. Es ist beeindruckend, mit wie viel Engagement zahlreiche Mitgliedsunternehmen bereits eigene Nachhaltigkeitsstrategien umsetzen und dafür auch völlig neue Wege gehen. Die Transformation unserer Branche in Sachen Nachhaltigkeit und Digitalisierung ist in vollem Gange!“

Für den Hauptgeschäftsführer des Gesamtverbandes der deutschen Textil- und Modeindustrie, **Uwe Mazura**, zeigte die Fachkonferenz mit politischen Vertretern aus Brüssel, Berlin, aus Verbänden, Unternehmen und Start-Ups vor allem eins: „Die Nachhaltigkeitsgesetzgebung in Brüssel und Berlin muss vor allem praxistauglich sein. Schon jetzt zeigen die Erfahrungen von Nachhaltigkeitsvorreitern, dass die zunehmenden gesetzlichen Auflagen und Berichtspflichten zeitlich und personell erdrückend sind. Unser Fazit ist deshalb ganz klar: Die deutsche Textil- und Modeindustrie sagt Ja zu mehr Nachhaltigkeit entlang der

Lieferketten, aber Nein zu immer neuen Bürokratie-Tsunamis, die Papierberge, aber keine Verbesserungen der Sozial- und Umweltstandards in den Produktionsländern zur Folge haben. Die Lieferkettengesetzgebung muss daher möglichst praxistauglich ausgestaltet und umgesetzt werden!“

Auf großes Interesse stieß die Diskussion mit Vertretern aus dem Europäischen Parlament über die Pläne für eine europäische Lieferkettengesetzgebung.

Nach Einschätzung des Europaabgeordneten **Axel Voss** wird das deutsche Lieferkettengesetz nicht die Blaupause für eine europäische Gesetzgebung sein. Für **Bernd Lange**, Vorsitzender des Handelsausschusses im Europäischen Parlament, ist es Zeit, dass es eine europäische Regelung gibt. Dies sei eine Frage der Gleichbehandlung im europäischen Binnenmarkt, sagte Lange.

Handhabbare, praxistaugliche EU-Regeln forderten in der Konferenz auch zahlreiche Unternehmensvertreter ein. Es dürfe nicht zu einem Flickenteppich nationaler Gesetzgebungen kommen, der die Arbeit und die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen erschwere. 40 Prozent ihrer Umsätze machen die Unternehmen der deutschen Textil- und Modeindustrie im Export, vor allem auf dem europäischen Markt.

Einblicke in ihre Nachhaltigkeitsarbeit gaben u. a. der Sportartikelhersteller adidas, die Wäsche-Marke Mey und die Academy des Outdoor-Spezialisten Vaude. Zusammen mit der Vaude-Academy stellte der Arbeitgeberverband

Südwesttextil verschiedene Initiativen vor, in denen es um die Stärkung des Nachhaltigkeitsmanagements durch Mitarbeiterqualifizierung geht.

Verschiedene Start-ups präsentierten ihre innovativen Ideen zur Umsetzung nachhaltiger Lieferkettenmanagement-Systeme. Um die Umsetzung der neuen Nachhaltigkeitsanforderungen ging es auch im Austausch mit dem Handelsverband Deutschland, HDE, sowie mit dem Verband der Automobilindustrie, VDA. Über den Stand der EU-Taxonomie und des ESG-Ratings informierte der Bundesverband der deutschen Industrie, BDI. Die Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände, BDA, gab außerdem einen Einblick in die Corporate Sustainability Reporting Directive.

Die Anforderungen und der Umsetzungsstand des deutschen Lieferkettengesetzes sowie staatliche Unterstützungsangebote für Unternehmen zur Umsetzung der Sorgfaltspflichten standen im Fokus der Diskussion mit Referentinnen und Referenten aus dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, BMWK, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, BMZ, und der Agentur für Wirtschaft & Entwicklung.

Auch die CSR-Beratungsgesellschaft des Gesamtverbandes der deutschen Textil- und Modeindustrie berät mittelständische Unternehmen bei der Einrichtung und Stärkung eines nachhaltigen Lieferkettenmanagements.

Nachhaltigkeit als Thema der Umweltabteilung



Dr. Markus Schnieder
bearbeitet für uns
das Themenfeld
„Nachhaltigkeit“

Das Thema Nachhaltigkeit entwickelt sich, auch regulatorisch, zur immer größeren Herausforderung nicht nur für unsere Textilindustrie.

Welchen zusätzlichen beschleunigenden Faktoren stehen wir zum Thema Nachhaltigkeit aktuell gegenüber?

Schauen wir einmal zurück auf die letzten Jahre: Da war das Thema Nachhaltigkeit von verschiedenen NGOs und weiteren Interessensgruppen, die gerade auch unsere Textilindustrie ins Visier genommen hatten, stark getrieben worden. Hier schon vielfach angesprochen die DETOX Initiative von Greenpeace, die Umsetzung der Initiative in ein Programm durch die ZDHC mit dem immer stärkeren Fokus auf Chemikalieneinsatz bzw. die Emissionen ins Abwasser. Mit dem europäischen Green Deal und dem starken Willen der Legislativen, die Ziele des Green Deals umzusetzen, ergeben sich mittlerweile weitere Anforderungen.

Ließen sich bisher aus unserer Sicht in der Textilindustrie die Anforderungen überwiegend auf den Bereich der Bekleidungsindustrie begrenzen, weitet sich der Anforderungsbereich auf die gesamte Industrie mit allen Sparten aus.

Anzuführen ist dazu hier, verabschiedet im letzten Jahr, das Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz. Auch wenn mit dem Start 2023 zunächst die größeren Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeiter und ein Jahr später die mit 1.000 Mitarbeiter direkt betroffen sind, werden die Anforderungen, wie wir es aus anderen Bereichen auch kennen, von den Großunternehmen in die Lieferkette weitergereicht. Aus Verbandssicht haben wir zum einen mit der CSR Beratungsgesellschaft unseres Dachverbandes textil+mode eine Organisation aufgebaut, die unsere Mitglieder dabei unterstützen kann, diese Anforderungen anzunehmen. Parallel sind wir gestartet, eigenes Know-how zu diesem Thema in der Umweltabteilung aufzubauen.

Ein weiterer, sehr starker Treiber der Nachhaltigkeitsentwicklung stellt die EU Taxonomie-Verordnung dar. Diese sogenannte nachhaltige Finanzierung bezeichnet die Integration von ESG (Environment Social Governance) in das Finanzsystem. Dabei können alle Formen der Unternehmensfinanzierung betroffen sein. Die wichtigsten Akteure sind dabei Banken, Versicherungen, Ratingagenturen, Aufsichtsbehörden, Kapitalverwalter und weitere.

Mit der Taxonomie-Verordnung würde sich in direkter Folge auch eine Veränderung der Berichtspflichten für bestimmte Unternehmen und Finanzunternehmen ergeben. Diese werden aktuell in der Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD festgeschrieben. Hier wird aktuell der Anwendungsbereich für Berichtspflichten der Unternehmen aktualisiert. Nach den ersten Entwürfen wird das dazu führen, dass die Definition von großen Unternehmen bei Überschreitung von 2 der 3 folgenden Merkmale: 20 Millionen Bilanzsumme, 40 Million Umsatzerlöse, 250 Arbeitnehmer, bereits erreicht werden. Die bisherige Schwelle von mehr als 500 Mitarbeiter soll entfallen. Damit steigt die Anzahl der betroffenen Unternehmen in Deutschland um den Faktor 30! und natürlich auch die Anzahl der betroffenen Unternehmen in unserem Verband stark.

Die Umweltabteilung versucht bereits heute, Know-how für solche Anforderungen aufzubauen. So wurde in 2021 damit gestartet, verschiedene Tools zu vergleichen, die zum Beispiel einer Darstellung des Carbon Footprints ermöglichen. Ziel ist es, hier entsprechend einem aufkommenden Bedarf bei den Verbandsmitgliedern gewohnt „machbare“ Vorschläge zur Erfüllung der entsprechenden Anforderungen vorzubereiten.

Sollten Mitgliedsunternehmen bereits heute innerhalb ihrer Geschäftsbeziehungen zu den Themen in Anspruch genommen werden, lassen Sie uns teilhaben, damit der Verband von Anfang an einen Einblick in den Umgang mit diesen Themen innerhalb unserer Branche aufbauen kann.



Beratung in Sachen Nachhaltigkeit: Die t+m CSR Consulting



Claudia Landgraf,
Geschäftsführerin der
CSR Consulting
GmbH

Die t+m CSR Consulting begleitet Unternehmen bei der strategischen und organisatorischen Ausrichtung im Bereich Nachhaltigkeit und CSR. Das Leistungsspektrum umfasst die Verankerung von Sorgfaltspflichten in der Lieferkette, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Erhebung des CO₂-Fussabdrucks sowie Umsetzung von Projekten im Bereich Kreislaufwirtschaft.

Die Beratungsagentur kennt die Herausforderungen gerade für kleine und mittlere Unternehmen der Textil- und Bekleidungsindustrie durch langjährige praktische Erfahrung. Daher können Unternehmen individuelle, auf sie zugeschnittene Lösungen angeboten werden. Zusätzlich profitieren die Kunden der t+m CSR Consulting von verlässlichen und aktuellen Informationen zu Gesetzen und Regularien.

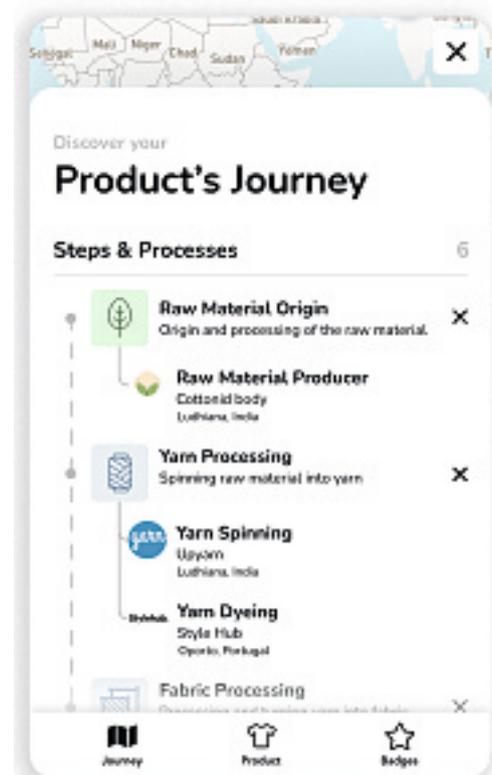
Aufgrund einer schlanken Struktur kann die Agentur ihre Leistung zu ebenso schlanken und wettbewerbsfähigen Preisen anbieten. In einem Bundesland ist die t+m CSR Consulting bereits als akkreditierter Berater gelistet. Die Unternehmen können sich ihre Projekte im Bereich Nachhaltigkeit fördern lassen. Hier sind wei-



tere Akkreditierungen in weiteren Bundesländern geplant, sofern es die Vorschriften zulassen.

Seit März kann die Beratungsagentur auch auf das technische Angebot des Start-ups retraced zurückgreifen. Retraced hat eine Nachhaltigkeitsmanagement-Plattform entwickelt, die es Mode- und Textilunternehmen ermöglicht, ihre Lieferkettendaten zu sammeln, zu analysieren und zu teilen.

Grundsätzlich kann jedes Unternehmen eine Beratung anfragen, das Mitglied in einem der Mitgliedsverbände vom Gesamtverband textil+mode ist. Eine Übersicht finden Sie unter <https://textil-mode.de/de/verband/mitgliedsverbaende>



Textilforschung: Auftrag Nachhaltigkeit

Das Forschungskuratorium Textil e. V. in der Industriellen Gemeinschaftsforschung

Die deutsche Textilindustrie gehört zu den innovativsten Branchen in Deutschland. Das liegt nicht zuletzt an der deutschen Forschungslandschaft: 16 Textilforschungsinstitute entwickeln in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen fortwährend Hightech-Textilien sowie neue effiziente und nachhaltige Produktionsverfahren.

Das Forschungskuratorium Textil (FKT) koordiniert im Rahmen der Industriellen Gemeinschaftsforschung (IGF), einem Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) diese vorwettbewerblichen Forschungsaktivitäten. Es berät die Kooperationspartner aus den Instituten und Unternehmen, wenn es darum geht, Förderanträge zu stellen und ist Ansprechpartner Nummer Eins in Fragen der Forschung und Marktentwicklung. Mit Erfolg: Dank der Beratung und Unterstützung durch das FKT ist die deutsche Textilforschung seit mehreren Jahren Spitzenreiter in der IGF: Kein anderer Industriesektor stellt in einem Jahr so viele erfolgreiche Förderanträge wie die Textilbranche.

Die Projektideen kommen aus dem Kreis der KMU und werden über den Wissenschaftlichen Beirat einer Textilforschungseinrichtung dem FKT vorgeschlagen. Ein interner Kreis ehrenamtlicher Experten prüft jede einzelne Projektskizze eingehend auf wirtschaftliche Relevanz für die Branche. Projekte, die für die Zukunft der deutschen Textil- und Modeindustrie einen erkennbaren Mehrwert haben,



werden von den Forschungsinstituten vollständig ausgearbeitet und gehen dann bei der AiF – der Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen – in den Wettbewerb. Dort entscheidet ein weiterer Kreis aus Experten verschiedener Branchen darüber, ob sie eine Förderung durch die IGF erhalten.

Mitarbeit im projektbegleitenden Ausschuss von IGF-Projekten

Eines der Projekte, das alle Prüfungen mit Bravour bestanden hat und seit dem 01. Januar 2019 über das BMWK gefördert wird, beschäftigt sich mit dem Thema gesunde Haut. Die Forscher des Deutschen Textilforschungszentrums Nord-West (DTNW) entwickeln ein Veredlungsverfahren, um Textilien mit einer hautneutralen pH-Beschichtung auszurüsten. Diese hält die Hautflora im Gleichgewicht und schafft so ein Milieu, das den Träger vor schädigenden Organismen – Bakterien oder Pilzen – und damit vor Infektionen schützt. Die damit ausgerüsteten Textilien können in einem breiten Anwendungsfeld, zum Beispiel auf klinischen Produkten, Arbeits- und Sportbekleidung genutzt werden.

Alle IGF-Projekte werden durch den projektbegleitenden Ausschuss (PA) unterstützt. Der PA ist Ideengeber, steuert den Projektverlauf mit und berät die Forschungseinrichtung, um die Belange der Praxis, insbesondere der KMU, von der Planung und Bearbeitung eines Vorhabens bis zur Darstellung der Ergebnisse immer wieder in den Mittelpunkt zu stellen. Das durch Unternehmen, Verbände oder andere Wirtschafts-Experten besetzte Gremium hat die Möglichkeit, sich dadurch aktiv an der Entwicklung der innovativen Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen zu beteiligen. Auch einige Mitglieder von Nord-West nutzen diese Chance seit Jahren. Im erwähnten Projekt des DTNW zum Beispiel arbeitet die Firma Kettelhack intensiv mit.



Ein weiteres Projekt, an dem beispielsweise Unternehmen wie Röders, Hecking oder der Automobilzulieferer F. A. Kümpers mitwirken, wird von einem Team am Faserinstitut in Bremen durchgeführt. Hier stand Mutter Natur in Form von Zitrusfrüchten Modell. Diese haben eine stoßdämpfende Schale, die die Wissenschaftler am Institut in Form von mit Flüssigkeit gefüllten Hohlfasern nachempfunden haben. Das mit den erwarteten Projektergebnissen neu zu entwickelnde Funktionstextil spart jede Menge Textil, da bezogen auf die Materialdicke wesentlich mehr Energie absorbiert wird.

Dadurch wiederum erhöht sich der Tragekomfort und die Hersteller von Produkten beispielsweise im Bereich der Sport-Orthopädie oder in der Alten- und Krankenpflege können entsprechend qualitativ hochwertigere Produkte anbieten. Nicht zuletzt wird durch das gesparte Material dazu beigetragen, Ressourcen zu schonen.

Zur Ressourcenschonung trägt auch ein drittes Forschungsvorhaben bei, an dem zur Zeit das ITA der RWTH Aachen arbeitet. Mit Unterstützung von Unternehmen wie Saertex oder C. Cramer, ebenfalls Mitglieder unseres Verbandes, entwickeln die Forscher dort ein Verfahren, um Halbzeuge aus recycelten Carbonfasern herzustellen, die dann im strukturellen Leichtbau eingesetzt werden können. Carbonfaserverstärkte Kunststoffe sind nicht neu im Bauwesen, weiß man doch schon lange um die vielen Vorteile, wie lange Haltbarkeit, geringes Gewicht oder hervorragende Stabilität. Doch sind die Fasern zu kurz, verlieren sie doch einige ihrer markanten Eigenschaften und sind so für lasttragende Bauteile nur eingeschränkt nutzbar. Kurze Fasern sind beispielsweise der Verschnitt, der entsteht, wenn Bauteile aus frischen Fasern hergestellt werden oder sie entstehen, wenn ausrangierte Bauteile recycelt werden. Nach erfolgreichem Abschluss des Projekts werden Bauteilhersteller Möglichkeiten an die Hand gegeben, Kosten in der Produktion dieser Bauteile zu sparen, da sie ihren Carbonfaser-Verschnitt verkaufen können, anstatt diesen zu entsorgen. Auch hier leistet die Forschung einen wertvollen Beitrag, um der Verantwortung für den Erhalt unserer Ressourcen nachzukommen.

Sind auch Sie daran interessiert, sich in die Grundlagenforschung einzubringen und wollen auch Sie Ihr Unternehmen von den vielen Vorteilen dieses Engagements profitieren lassen? Die Mitarbeit von KMU im Ausschuss

ist unabhängig von einer Verbandsmitgliedschaft möglich. Schauen Sie gern in den aktuell erschienenen Forschungsradar des FKT und lassen Sie sich von der Vielfalt der erforschten und noch zu entdeckenden Themen inspirieren. Sie finden diesen als pdf-Download auf der Website <https://textil-mode.de/de/forschung/blog-mode.de/de/forschung/blog-und-medien/>.

Im Radar sind noch längst nicht alle Projekte abgebildet. Weitere Informationen erhalten Sie, wenn Sie uns ansprechen. Wir vermitteln die nötigen Kontakte gern weiter.

Zukunft gestalten – Textile Kreisläufe schließen

Nachhaltigkeit ist eines der großen Themen unserer Gesellschaft. Das Wissen darum, dass es nötig ist, Energie und Rohstoffe zu sparen, ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Ein wichtiger Schritt dahin ist, Produkte am Ende ihres Lebens möglichst vollständig wiederzuverwerten. Bislang werden jedoch viele Konsumgüter als Abfall entsorgt, wenn sie abgenutzt oder defekt sind. Aktuell

liegt die Recyclingquote in Deutschland nur etwa bei 12 Prozent. Erfreulicherweise werden jedoch viele Möglichkeiten bereits in Forschungsprojekten untersucht und als Prototypen getestet, so wie es der Forschungsradar widerspiegelt.

Vom Produkt herdenken

Ob überhaupt recycelt wird, hängt unter anderem davon ab, ob eine geeignete Erfassungs-, Sortier- und Recyclinginfrastruktur zur Verfügung steht. Zudem spielt hier eher die Abfallperspektive eine Rolle. Die Frage lautet: „Was kann aus Abfällen gewonnen werden?“ Dass nicht mehr davon verwertet wird, liegt insbesondere an der schlechten Qualität – etwa der Mischung von Rohstoffen in Fast-Fashion-Kleidung. Einen neuen Ansatz verfolgt die Kreislaufwirtschaft – die Circular Economy – mit ihren zirkulären Systemen. Hier wird vom Produkt hergedacht und bereits bei der Herstellung überlegt, wie sich der Kreislauf nach dem Lebensende des Produktes schließen lässt. Um künftig solche zirkulären Systeme aufzubauen, müssen folgende Aspekte berücksichtigt werden:



- Der Rohstofftyp und seine spezifischen Eigenschaften werden so gewählt, dass sie einen Kreislauf ermöglichen.
- Die Produkte werden so designed und entwickelt, dass sie einen Kreislauf ermöglichen.
- Die Produkte werden so gestaltet, dass sie langlebiger sind und sich – wenn möglich – leicht reparieren lassen oder nach einer Auffrischung direkt wiederverwendet werden können.
- Produkte und Materialien werden als künftige Rohstoffe betrachtet und entsprechend wertgeschätzt. Statt Produkte zu besitzen, können diese künftig gemietet oder geleast werden. Man spricht von „Product as a Service“. Dadurch werden sie zum einen intensiver und häufiger genutzt. Zum anderen können sie später leichter erfasst, sortiert und dem richtigen Wertstoffkreislauf zugeführt werden, weil die Service-Dienstleister sie zentral sammeln.
- Neue Verfahren werden entwickelt, mit denen Produkte entweder mit weniger Aufwand technisch wiederverwertet oder in Kreisläufe zurückgeführt werden, sofern sie biologisch abbaubar sind oder sich stofflich recyceln lassen.

Rundum nachhaltige Produkte

Die künftigen zirkulären Systeme müssen neben der konsequent ganzheitlichen Produktentwicklung und bewussten Materialwahl noch weitere Nachhaltigkeitsaspekte umfassen, wie etwa faire und transparente Lieferketten. Idealerweise sind diese Kreislaufwirtschaftslösungen in dreifacher

Hinsicht nachhaltig: ökologisch, ökonomisch und sozial. Die zügige Entwicklung zirkulärer Systeme bietet den deutschen Textilunternehmen nicht zuletzt die Möglichkeit, im Bereich nachhaltiger Konzepte weltweit die Technologieführerschaft zu übernehmen. Beispiele für zirkuläre Systeme mit großem Marktpotenzial gibt es bereits. So lassen sich Mund-Nasen-Masken aus biobasierten Materialien herstellen, nach Gebrauch reinigen und zu neuem Fasermaterial verarbeiten. Robuste Schutzbekleidung für Feuerwehrleute, ausgediente Jacken und Hosen etwa, werden für hochwertige Design- und Kreativprodukte verwendet. Darüber hinaus widmet sich eine ganze Reihe von Forschungsinstituten und Textilunternehmen der Wiederverwertung von Produktionsresten. Diese sind für eine Kreislaufwirtschaft besonders geeignet, da es sich dabei um sortenreine Materialien handelt.

Die Studie

Zusammen mit zahlreichen Experten haben wir uns einen Überblick über die Probleme und Herausforderungen verschafft, die auf dem Weg in eine geschlossene Kreislaufwirtschaft auftreten. In der vorliegenden Studie haben wir den Status quo in der Forschung und bei Unternehmen analysiert und dokumentiert. In Anlehnung an die Zukunftsstudie „Perspektiven 2035“ wurde eine Technologie-Roadmap entwickelt, aus der konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet wurden. Die Ergebnisse der Studie wurden darüber hinaus in einem Zwischenschritt von Kreislaufwirtschafts-Experten bewertet.

Wir wollen mit dieser Studie Orientierungshilfe geben und dazu ermutigen, die Herausforderungen, die die künftige Kreislaufwirtschaft mit sich bringt, anzunehmen. Klar ist, dass die Industrie allein die Hürden nicht überwinden kann. Gefordert sind auch die

Politik und die gesamte Gesellschaft. Die Politik muss entsprechende Zeichen setzen und wirkungsvolle Regularien schaffen. Die Verbraucher wiederum können durch ein bewusstes Kaufverhalten erheblich dazu beitragen, die textilen Wertschöpfungsketten und den Wertstoffkreislauf nachhaltiger zu gestalten. Der Aufbau einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft bringt indes nicht nur Herausforderungen mit sich – er bietet auch Chancen. Wer frühzeitig in nachhaltige Technologien einsteigt oder diese entwickelt, schafft sich Wettbewerbsvorteile. Nicht zuletzt kann der Export fortschrittlicher Recycling-Technologien neue Märkte eröffnen.

Begeben Sie sich mit uns auf den Weg und gestalten Sie die textile Kreislaufwirtschaft aktiv mit. Das Forschungskuratorium und sein Netzwerk freuen sich auf Ihre Unterstützung. Wir stehen schon jetzt mit zahlreichen Innovationen für die anstehenden Veränderungen bereit. Haben Sie Fragen zur Mitarbeit in den projektbegleitenden Ausschüssen, zu unserer Kreislaufwirtschaftsstudie oder zu anderen Themen rund um die Textilforschung? Bitte sprechen Sie uns an: Alexandra Hesse, 030/ 726220-41, ahesse@textilforschung.de

Kreislaufwirtschaft/Circular Economy



Forschungsprojekt der FATM: Weniger Plastik am PoS



Nach dreieinhalbjähriger Laufzeit endete im März 2021 das von der Forschungsstelle für allgemeine und textile Marktwirtschaft (FATM) der Universität Münster gemeinsam mit Partnern aus Wissenschaft und Praxis durchgeführte Verbundprojekt „Verbraucherreaktionen bei Plastik und dessen Vermeidungsmöglichkeiten am Point of Sale“ (VerPlaPoS). Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung innerhalb des Forschungsschwerpunkts „Sozial-ökologische Forschung“ im Rahmen der Fördermaßnahme „Plastik in der Umwelt – Quellen, Senken, Lösungsansätze“ geförderte Projekt (Förderkennzeichen 01UP1701C) untersuchte seit Oktober 2017 an den Beispielen „Lebensmittelverpackung“ und „Textilien“, wie der Verbraucher am Point of Sale die Verwendung von Plastik reduzieren kann und mit welchen Vermeidungsstrategien er hierbei unterstützt werden kann.

Die FATM war im Projekt zuständig für den Bereich der textilen Wertschöpfungskette und analysierte, wie Plastik entlang dieser vermieden werden kann und welche innovativen Recycling-Strategien genutzt werden können. Die Forschungsarbeiten der FATM wurden im Rahmen von zwei Business Cases veröffentlicht. Der Business Case „Vermeidung“ fokussiert sich auf die Prozessoptimierung, den Einsatz von Mehrwegtransportboxen sowie mögliche Alternativen zum Polybag. Hierbei werden sowohl die betriebswirtschaftliche als auch die ökobilanzielle Betrachtung der Kunststoffvermeidung thematisiert. Der Business

Case „Recycling“ beschäftigt sich mit Ansätzen zur Verbesserung des Recyclings entlang der textilen Lieferkette mittels 3D-Druck. Insbesondere wird eine betriebswirtschaftliche Analyse für eine Recyclinganlage am Point of Sale vorgestellt. Durch diese Recyclinganlage können Kunststoffabfälle vom Point of Sale (z.B. nicht benötigte oder defekte Kunststoffkleiderbügel) vor Ort öffentlichkeitswirksam recycelt und mit einem 3D-Drucker in individuelle, personalisierbare Plastikprodukte verwandelt werden. So lassen sich beispielsweise Ersatzteile wie Rucksackschnallen herstellen. Insgesamt wird durch die Recyclinganlage Bewusstsein für die Plastikproblematik geschaffen und mit einem Mehrwert für Kunden und Unternehmen verknüpft: Die Kunden erhalten ein neues, individuelles Produkt und während sie im Geschäft auf dessen Fertigstellung warten, tätigen sie möglicherweise noch weitere Einkäufe.

Ein weiterer Schwerpunkt im Projekt war die Erforschung und Nutzung von bioabbaubarem Kunststoff (PHB) im 3D-Druck. Darüber hinaus hat sich die FATM mit dem Einsatz von Plastikverpackungen im Online-Handel beschäftigt. Auf Basis von Experteninterviews, Marktrecherchen und einer Online-Befragung unter Konsumenten wurden Handlungsempfehlungen für den Einsatz von Kunststoffverpackungen im Online-Handel erarbeitet. Diese berücksichtigen sowohl betriebswirtschaftliche als auch ökologische Aspekte.



Dr. Julia Koch, FATM

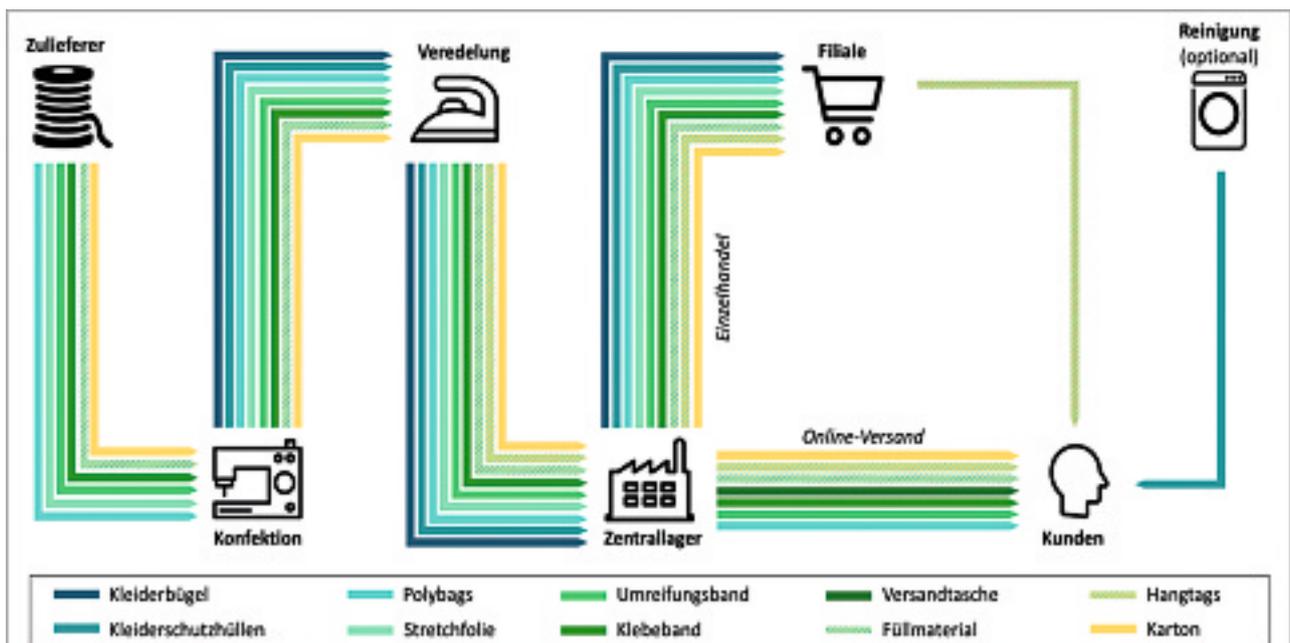


Dr. Britta Frommeyer, FATM

Der Abschlussbericht des Projekts ist unter folgendem Link abrufbar: <https://bmbf-plastik.de/de/publikation/verplapos-abschlussbericht>. Autorinnen sind u. a. die FATM-Mitarbeiterinnen Dr. Britta Frommeyer und Dr. Julia Koch.



Rucksackschnalle aus einem 3D-Drucker am Point of Sale



Wahrnehmung durch Nachhaltigkeit

Zu den Angeboten unseres Verbandes für seine Mitgliedsunternehmen gehört seit sieben Jahren die Zusammenarbeit mit der PR-Agentur Sputnik aus Münster. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, Presstexte über interessante Geschichten aus den Unternehmen zu erstellen, die von den Medien im Optimalfall aufgegriffen und veröffentlicht werden. Daraus ergeben sich nicht nur Vorteile für die Unternehmen selbst, auch das Image der Branche insgesamt wird so verbessert. Im Auftrag des Verbandes recherchiert, schreibt und verbreitet Sputnik die Geschichten über entsprechende Presseverteiler an zahlreiche Journalistinnen und Journalisten – ob in sogenannten Publikumsmedien oder Fachmedien, je nach thematischem Schwerpunkt. Ansatzpunkte für eine solche Geschichte können beispielsweise zukunftsweisende Produkte, Unternehmensneugründungen, interessante Aufträge oder auch Firmenjubiläen sein.

Im vergangenen Jahr gab es beispielsweise eine umfangreiche Berichterstat-

tung zum Christo-Projekt „L’Arc de Triomphe, Wrapped“: An dem verhüllten Triumphbogen in Paris waren gleich drei unserer Mitgliedsunternehmen beteiligt. Diese haben den Stoff sowie die Seile hergestellt und nach Projektende recycelt.

Generell sind aktuelle Metathemen wie etwa die nachhaltige Aufstellung der deutschen Industrie geeignet, im Zuge der Pressearbeit auch die Textil- und Bekleidungsbranche ins Gespräch zu bringen. Eine hohe Wahrnehmung in der Öffentlichkeit finden aktuell auch Themen wie die Corona-Pandemie, ressourcenschonende Mobilität oder Digitalisierung. Vor allem das Thema Nachhaltigkeit bietet zahlreiche Ansatzpunkte für die Kommunikation. Zum einen wird unsere Branche von Verbrauchern und der Politik zu den Themenkomplexen Umweltschutz und Ressourcenschonung regelmäßig hinterfragt. Zum anderen bieten unsere Mitgliedsunternehmen Produkte an, die dabei helfen, nachhaltiger zu leben und zu wirtschaften.



2021
Der verhüllte
Arc de Triomphe
von Christo



Mit Klaus Baumann, Geschäftsführer der PR-Agentur Sputnik, sprachen wir über unsere Zusammenarbeit und aktuelle Trends in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Sputnik und unser Verband arbeiten jetzt seit sieben Jahren zusammen. Wie hat sich die Zusammenarbeit entwickelt?

Die Zusammenarbeit gestaltete sich von Beginn an sehr positiv. Die heutigen Rahmenbedingungen sind allerdings komplett andere: Die Medienwelt hat sich deutlich gewandelt. Digitale Angebote laufen klassischen Printprodukten wie der Tageszeitung den Rang ab. Auch die zahlreichen Social-Media-Plattformen sorgen für eine Veränderung der Kommunikation, die immer direkter, schnelllebiger und komplexer wird. Das hat zunächst keine Auswirkungen auf unsere Pressearbeit, mit der wir nach wie vor durchdringen. Bestes Beispiel ist das Christo-Projekt aus dem vergangenen Jahr, mit der wir zahlreiche hochwertige Veröffentlichungen erzielen konnten – vom WDR bis zum Handelsblatt. Aber für die Unternehmen wird es immer wichtiger, sich in einem komplexen Umfeld kommunikativ professionell aufzustellen. Die meisten wissen den Wert der Kommunikation zu schätzen. Auch bei den Mitgliedsunternehmen wird das meiner Meinung nach zunehmend erkannt.

Sie arbeiten für viele Unternehmen auch aus anderen Branchen. Wie sehen Sie im Wettbewerb um mediale Aufmerksamkeit die Chancen der Textil- und Bekleidungsindustrie?

Das Potenzial ist nach wie vor hoch. Die Branche hat viele zukunftswei-



Klaus Baumann,
Geschäftsführer der PR-Agentur
Sputnik

sende Produkte zu bieten und engagiert sich im Bereich Umweltschutz. Jedoch bieten Unternehmen auch Angriffspunkte, eben durch die energieintensive Produktion, den hohen Ressourcenverbrauch oder aufgrund einer negativen Umweltbilanz. Auch das Image der Bekleidungsindustrie, die von der Öffentlichkeit fälschlicherweise oft mit der gesamten Branche gleichgesetzt wird, hat über die letzten Jahre gelitten. Ein Beispiel sind hier kritische Produktionsbedingungen in Asien. Deshalb ist es ratsam, sich in Teilen der öffentlichen Diskussion zu stellen, etwa zum Thema Nachhaltigkeit. Denn die Produktion ist nun mal energieintensiv, das lässt sich nicht ändern. Die Textilindustrie ist genauso wie andere Branchen ein wichtiger Bestandteil des Industriestandorts Deutschland und bietet unverändert eine Vielzahl sicherer Arbeitsplätze, die es auch zu halten gilt. Darüber hinaus gibt es bereits Kraftanstrengungen, sich nachhaltiger und ressourcenschonender aufzustellen. Es geht darum, diese Bemühungen und positiven Entwicklungen aufzugreifen und zu kommunizieren. Man muss in die-

ser oft emotional geführten Debatte kommunikativ gegensteuern und selbstbewusst die Argumente vortragen. Dann findet man auch Gehör.

Unternehmen sollten allerdings darauf achten, kein Greenwashing oder sogenanntes Social Washing zu betreiben. Es gilt den Einsatz von PR-Methoden zu vermeiden, die darauf abzielen, einem Unternehmen in der Öffentlichkeit ein umweltfreundliches und verantwortungsbewusstes Image zu verleihen, obwohl es dafür keine Grundlage gibt. Sowas mag bei großen Konzernen mit einer gewissen Marktmacht funktionieren. PR und Kommunikation sollten aus unserer Sicht jedoch immer das abbilden, was tatsächlich im Unternehmen passiert.

Was macht Unternehmen der Textil- und Bekleidungsindustrie für Medien interessant?

Jedes Unternehmen, das spannende und besondere Geschichten zu erzählen oder besondere Produkte im Angebot hat, ist interessant für die Medien – vollkommen unabhängig von der Branche. Zahlreiche Mitgliedsunternehmen des Textilverbands bieten entsprechende Ansätze. Im Vordergrund sollte der Nachrichtenwert und ein aktueller Bezug stehen. Auch Regionalität oder Prominenz spielen eine Rolle. Das Thema muss also für die Medien berichtenswert sein. Ein hoher Nachrichtenwert erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Presstexte von Journalisten wahrgenommen, ausgewählt und schließlich veröffentlicht werden.

Es ist also nicht empfehlenswert, lediglich eine Pressemitteilung zu einem neuen Produkt zu verschicken, weil ein Verkauf von diesem für das Unternehmen vorteilhaft ist. Man sollte sich vorher eher die Frage stellen, welchen Mehrwert es den Kundinnen und Kunden bietet. Ob das Produkt beispielsweise ein Problem löst, ob es etwas

Neues schafft, dass es bis dahin noch nicht gab. Darüber hinaus muss man auch differenzieren zwischen Fachmedien und Publikumsmedien wie Tageszeitungen aber auch der Lokalpresse. Dort kann es wichtig sein, sich als Arbeitgeber in der Region zu positionieren mit dem konkreten Unternehmensziel, neue Mitarbeitende zu gewinnen. Die Schwelle für die Veröffentlichung in der Fachpresse ist sicherlich niedriger, kann dem Unternehmen aber einen größeren Vorteil bieten im Hinblick auf den Vertrieb von Produkten als eine Veröffentlichung in den renommierten Medien wie FAZ oder Süddeutschen Zeitung. Diese zahlt dafür eher auf das Image ein. Beim Christo-Projekt beispielsweise werden die dort genannten Unternehmen wahrscheinlich kein Produkt mehr verkaufen, aber die Veröffentlichungen haben die Aspekte Prestige und Image eingezahlt.

Ich möchte noch ein weiteres Beispiel nennen: Die Velener Textil GmbH aus dem Münsterland hat einen geschlossenen Wertstoffkreislauf etabliert. Das Familienunternehmen setzt auf das Sammeln, Recyceln und Wiederverwerten von Garn- und Zuschnittresten: ein besonderes Projekt. Das Thema ist auch für branchenfremde Medien interessant, so dass nach dem Versand der Pressemitteilung etwa der WDR berichtet hat. Die interessanten Geschichten sind manchmal im Kleinen zu finden.

Nachhaltigkeit ist das Trendthema unserer Zeit. Wie können die Unternehmen das für ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen?

So einfach ist das nicht zu beantworten. Denn es kann ja nur das kommuniziert werden, was im Unternehmen tatsächlich im Hinblick auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz passiert. Wie zuvor erwähnt, bewegt sich die Textilindustrie in einem schwierigen

gen Umfeld und wird von Teilen der Öffentlichkeit kritisch beäugt. Das kann ein Minenfeld sein. Es reicht nicht aus, sich Solarzellen auf dem Dach zu installieren und das dann zu kommunizieren. Hier fehlt der Nachrichtenwert. Wenn aber ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt wird, der dem Thema Umweltschutz neue Aspekte hinzufügt – etwa in der Region des Unternehmenssitzes – dann ist das zumindest für die Lokalpresse interessant. Wenn ein Unternehmen beispielsweise ein ganzheitliches Konzept verfolgt, dass für die energieintensive Textilindustrie außergewöhnlich ist, dann ist das möglicherweise auch für überregionale Medien interessant.

Grundsätzlich ist das Thema Nachhaltigkeit für jedes Unternehmen in der Kommunikation von großer Bedeutung. Deshalb ist es empfehlenswert, diesbezüglich ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, das über die klassische Pressearbeit hinausgeht. Das ist beispielsweise für die Modeindustrie ein großer Imagefaktor. Man sieht es allein daran, dass nicht nur kleine Manufakturen mit regionaler und nachhaltiger Kleidung im Trend sind und das Interesse der Verbraucher wecken, sondern sich auch Konzerne wie C&A dem Thema widmen, etwa mit der Eröffnung einer hochmodernen Textilfabrik in Mönchengladbach.

Manche Unternehmen scheuen sich, sich öffentlich darzustellen. Wo sehen Sie Chancen und Risiken?

Manche Unternehmen bieten entsprechende Angriffsflächen allein durch ihr Geschäftsfeld. Wenn beispielsweise das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen nur am Rande behandelt oder komplett ignoriert wird, muss jederzeit damit gerechnet werden, dass die Medien das Unternehmen irgendwann auf dem Schirm haben. Dann tritt der Fall der Krisenkommunikation ein, worauf jedes Unternehmen mittels Kri-

senprävention sowie Krisenstab vorbereitet sein sollte. Auch das erwähnte Greenwashing bietet Angriffsfläche, die vor allem Unternehmen mit fehlenden kommunikativen Kapazitäten auf die Füße fallen kann. Sich öffentlich darzustellen, ist vor allem eine große Chance, etwa, um sich als moderner Arbeitgeber zu positionieren. Das ist in Zeiten des Fachkräftemangels für junge Menschen immer wichtiger. Zudem werden die Positionierung und Haltung von Unternehmen, die Herausforderungen der Zukunft aktiv mitzugestalten, immer wichtiger und sollte kommunikativ verstärkt werden. Man sollte den Willen transparent und deutlich kommunizieren. Unsere Agentur steht dafür als Partner zur Verfügung.

Wie Nachhaltigkeit in der Textilindustrie vorangebracht wird

Ökotextilien, recycelte Stoffe und qualitativ hochwertige Materialien mit hoher Lebensdauer: Nachhaltigkeit gewinnt auch in der Textilindustrie zunehmend an Bedeutung. Um dem steigenden Nachhaltigkeitsgedanken der Gesellschaft nachzukommen, setzen Unternehmen daher vermehrt auf eine ressourcenschonendere Produktion. Wir zeigen beispielhaft, welche Unternehmen sich besonders im Bereich Nachhaltigkeit und nachhaltiger Produktion hervortun.

Foto: Wilhelm Wülfing GmbH & Co. KG



Bettwäsche mit gutem Gewissen

Bei dem traditionsreichen Textilunternehmen Wilhelm Wülfing GmbH & Co. KG ist der Nachhaltigkeitsgedanke tief in der DNA verwurzelt. Mit firmeneigener Photovoltaikanlage produziert das Unternehmen Heimtextilien wie Bettwäsche und Spannbetttücher der Marke Domissette aus 100-prozentiger Biobaumwolle, Fairtrade und CmiA Baumwolle, WECYCLED-Garnen und nachhaltigen Materialien wie Halbleinen und Hanf. Den enormen Beitrag Wülfings zur Energieeinsparung und zum Umweltschutz bestätigen zahlreiche Nachhaltigkeitslabels und Audits: ÖKO-TEX Standard 100, SteP und Made in Green by ÖKO-TEX, Detox Audits gemäß den Vorgaben von Greenpeace, Mitgliedschaft bei BEPI und BSCI sind nur einige Beispiele in diesem Bereich. Für sein vorbildliches Energiemanagement ist Wülfing nach DIN EN ISO 50001 zertifiziert. „Besonders stolz sind wir auf die Zertifizierung als klimaneutrales Unternehmen, die wir Anfang 2020 erhalten haben. Wir setzen uns immer wieder neue Ziele, um die Nachhaltigkeitsstrategie noch weiter zu verstärken und somit zu einer umweltschonenden Produktion und besseren Klimabilanz beizutragen“, sagt Johannes Dowe, Geschäftsführer bei Wülfing.

Einzigartiges Projekt mit Inklusionsgedanke

Die Spinnerei und Weberei Velener Textil GmbH aus dem Münsterland hat sich auf umweltbewusste, nachhaltige und schadstofffreie Produkte spezialisiert. Insbesondere das Verfahren WE-CYCLED® setzt Maßstäbe im Bereich No-Waste, Nachhaltigkeit und ökologischer Verträglichkeit, wie die Geschäftsführer Ernst Grimmelt und Bernd Spanderen betonen. Bislang wurden Garn- und Zuschnittreste aus dem Produktionsprozess teuer entsorgt – bis zu 25 Prozent des unbenutzten Rohstoffs werden so verschwendet. „Im WE-CYCLED®-Verfahren sammeln wir die Garn- und Zuschnittreste unserer Partner, lösen die Baumwolle bis zur Einzelfaser auf und mischen sie mit Frischbaumwolle aus verantwortungsvollem Einkauf“, erklärt Grimmelt. Die Trennung der Garnreste von ihren Pappspulen leisten dabei Menschen mit Behinderung. Textilunternehmen bekommen auf diese Weise die Baumwolle, die bei ihnen verarbeitet wurde, ohne Qualitätsverluste als Garn zurück.



Foto: Velener Textil GmbH

Green, Greener, Green-Line

Keine Fast Fashion, sondern nachhaltige Produktion – für die Grevener HERMANN BIEDERLACK GmbH + Co. KG ist eine vollstufige und verantwortungsvolle Produktion, die Mensch und Umwelt sowie wertvolle Ressourcen schont, ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Mit ihrer „Green Line“-Kollektion zeigt der Textilhersteller wie hochwertige Up- und



Foto: HERMANN BIEDERLACK GmbH + Co. KG

Recycling-Produkte aussehen: Kuschel- und Wohndecken aus recycelten Materialien wie Jeans-Fasern, Baumwolle und PET-Flaschen. Mit der Initiative „Cotton made in Africa“ leistet das Unternehmen zudem einen Beitrag, die Lebensbedingungen afrikanischer Kleinbauern zu verbessern. Die meisten Wohndecken tragen außerdem Siegel wie ÖKO-TEXT Standard 100, ÖKO-TEX Made in Green sowie ÖKO-TEX SteP. Biederlacks neueste Innovation auf dem Markt ist eine Wohndecke aus recycelten Stoffen alter Jeans-Artikel.

Ökologische Textilveredelung

Die europaweit tätige ETV EING TEXIL-VEREDELUNG GmbH & Co. KG sticht besonders im Bereich ökologischer Textilveredelung vor und setzt sich ebenso für eine ressourcenschonende und nachhaltige Textilpro-

duktion ein. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen verschiedene Maßnahmen ergriffen, um Umweltbelastungen zu minimieren. Dazu zählt der Einsatz intelligenter Prozesssteuerungen in der Produktion, Verwertung von Restdruckpasten, Sammlung von Restklotzflotten und -pasten sowie der Einsatz von Wärmerückgewinnungsanlagen. Nicht vermeidbare Umweltbelastungen versucht das Unternehmen nach dem neuesten Stand der Technik zu reduzieren. Abwässer aus der Produktion werden in einer dreistufigen Kläranlage mechanisch, biologisch und chemisch physikalisch gereinigt und anschließend in einen Vorfluter eingeleitet. In einer Regenwasserbehandlungsanlage hält ETV Schmutzstoffe zurück und belastete Abluft aus den Textilveredelungsanlagen wird in einer Regenerativen Nachverbrennungs (RNA)-Anlage thermisch gereinigt.

Foto: ETV EING
TEXIL-VEREDELUNG
GmbH & Co. KG





Foto: GLEISTEIN ROPES

Hochwertige Seile aus nachwachsenden Rohstoffen

Als erster großer Tauwerkhersteller der Welt hat das Bremer Unternehmen GLEISTEIN ROPES sein gesamtes Produktportfolio mit Dyneema® auf bio-based Dyneema®-Fasern umgestellt. Die neuen Fasern sind genauso reißfest und zuverlässig wie die erdölbasierten Äquivalente. Darüber hinaus tragen sie jedoch deutlich mehr zum Klimaschutz bei, weil sie aus nachwachsenden Rohstoffen produziert werden – und zwar aus Holz aus nachhaltiger und zertifizierter Forst-

wirtschaft. Auf diese Weise reduziert GLEISTEIN seinen CO₂-Footprint um rund 1.000 Tonnen allein im ersten Jahr. Dabei ist die Umstellung auf bio-based Dyneema®-Fasern nur einer von vielen Schritten des Unternehmens in Richtung Nachhaltigkeit: Der Wechsel zu Ökostrom, die Anerkennung als erster Klimaschutzbetrieb des Landes Bremen und die Ansiedlung von Bienenvölkern auf dem Firmengelände sind nur einige von vielen Beispiele dafür.



nordwest
textil+mode

EU-Taxonomie: Nachhaltige Finanzierung



Mona Huschyar,
Referentin in der Abteilung
für Umwelt, Nachhaltigkeit
und Energie

Im letzten Jahresbericht 2020/2021 habe ich Ihnen den Green Deal der Europäischen Kommission vorgestellt. Dessen Ziel ist es die gesamte Industrie der Europäischen Union bis zum Jahre 2050 so umzugestalten, dass sie so gut wie keine Treibhausgasemissionen mehr freisetzt – dies ist weiterhin eine Mammutaufgabe.

Um die Ziele des Green Deals realisieren zu können, sind enorm hohe Investitionen notwendig. Die EU-Kommission schätzt, dass rund 350 Milliarden Euro Investitionen benötigt werden, damit die Europäische Union bis zum Jahre 2050 klimaneutral sein kann. Diese Investitionen können nicht allein aus staatlichen Mitteln gewährleistet werden.

Die EU-Taxonomie soll dazu dienen, die Investitionen **privater Anleger und Unternehmer** in nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten zu lenken. Sie ist Teil des Sustainable Finance Action Plan des Green Deals der Europäischen Union und stellt ein **Klassifizierungs- und Transparenzsystem** dar. Die EU-Taxonomie legt die energieintensivsten Branchen fest und macht deren nachhaltige Finanzierung von sechs

Umweltzielen abhängig, die in Zusammenhang mit der Reduzierung von Treibhausgasemissionen stehen. Unternehmen wirtschaften zukünftig nachhaltig, wenn sie sich einem dieser sechs Umweltziele ernsthaft widmen und dabei die anderen nicht negativ beeinflussen. Die sechs Umweltziele umfassen:

- Klimaschutz
- Anpassung an den Klimawandel
- Nachhaltige Nutzung von Wasserressourcen
- Wandel zur Kreislaufwirtschaft
- Vermeidung von Verschmutzung
- Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und Ökosysteme

Durch die EU-Taxonomie soll dem „Green Washing“, also dem Vortäuschen grüner Aktivitäten entgegen gewirkt werden. Es handelt sich um ein binäres System, das ausschließlich zwischen „tiefgrünen“ Aktivitäten und allen anderen – also den „nicht nachhaltigen“ Aktivitäten – unterscheidet. Abstufungen sind derzeit nicht geplant. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass es sich bei der EU-Taxonomie um kein Instrument zur Verhinderung „nicht nachhaltiger“ Tätigkeiten handelt. Dies bedeutet konkret, dass auch weiterhin Investitionen in beispielsweise Erdgas-Projekte möglich sein werden, auch wenn dieser Bereich kein Teil der EU-Taxonomie ist. Das Klassifizierungssystem zielt zudem nicht nur auf Umwelt-Aspekte



ab, sondern will sich mit der Zeit auch auf soziale Aspekte und eine gute Unternehmensführung konzentrieren. Denn als Standard nachhaltiger Anlagen hat sich der Begriff ESG etabliert, welcher von der EU-Taxonomie aufgenommen wird. Das E steht für Environment (Umwelt), das S für Social (Sozial) und das G für Governance (Unternehmensführung). Unter dem Punkt Umwelt werden Aspekte berücksichtigt wie der Klimaschutz, die Ressourcenschonung und die Artenvielfalt. Bei den Sozialen Kriterien liegt das Augenmerk auf den Mitarbeitern sowie deren Sicherheit und Gesundheit. Der Punkt Unternehmensführung konzentriert sich auf Themen wie Risiko- und Reputationsmanagement sowie Compliance (Konformität) und Korruption.

Mit der EU-Taxonomie gehen auch **Berichtspflichten** einher. Informationen über die Nachhaltigkeit von Aktivitäten sollen vergleichbarer gemacht werden, um den privaten Anlegern den Überblick zu erleichtern. Die Corporate Sustainability Reporting Direc-

tive (CSRD) sieht z. B. vor, dass alle großen Unternehmen, die am Bilanzstichtag mind. zwei dieser drei Merkmale erfüllen

- Bilanzsumme: mind. 20 Mio. Euro
- Nettoumsatzerlöse: mind. 40 Mio. Euro
- durchschn. Zahl der während des Geschäftsjahres Beschäftigten: mind. 250

voraussichtlich ab dem Jahr 2023, über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten berichten müssen.

Der bürokratische Aufwand wird also auch unsere Mitgliedsunternehmen betreffen. Sehen Sie die EU-Taxonomie dennoch als Chance an und beginnen Sie bereits jetzt, den Wandel in Ihrem Unternehmen zu beschleunigen, um mit ihren nachhaltigen Aktivitäten in Zukunft wichtige Investitionen für Ihr Unternehmen zu sichern. Wir unterstützen Sie dabei selbstverständlich tatkräftig.

EU-Parlament in Brüssel



Arbeits-/Personalwirtschaft und Aus- und Weiterbildung

Im vergangenen Jahreszeitraum standen die Aktivitäten der beiden Referate im Zuge des demografischen Wandels vollständig im Zeichen der **Fachkräfte**.

Im Ausschuss für Bildungsfragen wurden aktuelle Themen wie bspw. die „Digitale Berufsorientierung und Nachwuchsakquise“ oder im Ausbildernetzwerk „Azubi-Recruiting Corona zum Trotz – so begeistern Sie kreativ die junge Generation von Ihrem Ausbildungsangebot“ jeweils mit einem Impulsvortrag besprochen und anschließend diskutiert.

Seine Fortsetzung fand dieser, auf das Personal ausgerichtete Fokus, auch im Referat Arbeits- und Personalwirtschaft mit den beiden Veranstaltungen zum „Employer Branding in der Praxis“ und „Fachkräftesicherung durch vielfaltsbewusste Personalarbeit“.

Chancen im Azubimarketing nutzen: Auszubildende auf Instagram!

Die Nachwuchswerbung wird für immer mehr Unternehmen zu einer großen Herausforderung. Deshalb unterstützen wir als Verband unsere Mitglieder bei ihrer Auszubildendenrekrutierung in den sozialen Netzwerken.

Warum sollten Unternehmen Social Media für ihre Azubigewinnung nutzen?

Laut einer repräsentativen und aktuellen Schülerbefragung der Deutschen Apotheker- und Ärztebank sind rund 91 Prozent der 14- bis 23-Jährigen aktiv auf Instagram. Gut ein Viertel hiervon gehen dabei noch einen Schritt weiter und nutzen bereits Social Media zur Berufsorientierung.

Allein hierin liegt ein solch großes Potential für Unternehmen, das es zu nutzen gilt! Laut einer Angabe von Statista (dem deutschen Online-Portal für Statistik) aus dem Jahr

2020 sind tatsächlich nur 45 Prozent aller deutschen Betriebe in sozialen Netzwerken vertreten. Vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) gibt es große Unsicherheiten, wie sie die sozialen Netzwerke für ein mögliches Ausbildungsmarketing nutzen können.

Gemeinsam mit dem Gesamtverband textil+mode wollen wir den Unternehmen unserer Branche helfen sich als attraktive Ausbildungsunternehmen auf Social Media präsentieren. So werden im Rahmen der bundesweiten Nachwuchswerbekampagne „Go Textile! #RunYourFuture“ im Frühjahr 2022 mehrere Textilregionen auf den verschiedenen Kanälen Twitter, Facebook und Instagram mit Bildern, Posts und Videoclips vorgestellt.

Als Ausbildungsunternehmen haben Sie die Möglichkeit sich auf Instagram potenziellen Bewerbern mit Fotos und Videos zu zeigen und darüber zu informieren, wie der Arbeitsalltag in Ihrem Unternehmen aussieht. Hierbei empfiehlt sich folgender Grundsatz:

Gewinnen Sie die eigenen Auszubildenden als Werbebotschafter für Ihren Betrieb und gewähren Sie authentische Einblicke in den Ausbildungsalltag der Textil- und Bekleidungsindustrie.



Employer Branding in der Praxis: Die eigene Arbeitgebermarke stärken!

Nachdem sich der Arbeitskreis „Strategische Personalarbeit“ über einen längeren Zeitraum intensiv mit dem Thema Personalcontrolling beschäftigt und ein vorzeigbares Benchmarking-Instrument mit einem regelmäßigen Reporting entwickelt hat, startete im September 2021 die erste Hybrid-Veranstaltung zum nächsten wichtigen und drängenden HR-Thema: dem Employer Branding.

Unsere Branche spürt bereits seit einiger Zeit den Fachkräftemangel – besonders im Bereich der textilen, gewerblich-technischen Ausbildungsberufe und der entsprechenden Mitarbeiter: Die Qualität und Quantität der Bewerbungen haben abgenommen. Es wird aufwendiger, die Stellen erfolgreich besetzen zu können. Gerade in dieser Situation ist es wichtig, die Stärken des eigenen Unternehmens gegenüber den Wettbewerbern hervorzuheben und sich mit der Frage zu beschäftigen, wie das eigene Unternehmen sicherstellen kann, dass es auch zukünftig über motivierte Auszubildende und kompetente Mitarbeiter verfügen wird.

Auf diese und andere Fragen verstand es Frau Glasmacher - als ausgewiesene Expertin für die Trendthemen Arbeitgebermarketing und Personalgewinnung – mit ihrem Vortrag einen spannenden Einblick in dieses wichtige Thema zu geben. Ihre Botschaft lautete: Employer Branding sollte als Unternehmens- bzw. Marketingstrategie für die Personalabteilung verstanden werden.

Mit ihrem inhaltlichen Einstieg „Was ist eine Arbeitgebermarke und warum ist diese so wichtig?“ über die Einfluss-

faktoren auf die Arbeitgebermarke folgte die detaillierte Betrachtung und Analyse von Praxisbeispielen „attraktiver und beliebter“ Unternehmen.

Anschließend begann für die Teilnehmer mit der Überlegung „Wie wird das eigene Unternehmen heute wahrgenommen?“ die Arbeitsphase. Unter Einbindung der Rückmeldungen der Teilnehmer wurden dann das Themenfeld „Ideen für die Konzeption einer eigenen Employer Branding-Kampagne“ erarbeitet.

Das erste Treffen endete mit einer für die Personalverantwortlichen zu bearbeitenden Hausaufgabe, bei der die Planung einer unternehmensspezifischen Employer Branding-Kampagne mit dem Fokus: „Wie und wo findet Ihr Unternehmen Talente & Fachkräfte in Zukunft?“ umzusetzen war.

Zwei Monate später wurden die Arbeitsergebnisse in einem zweiten, leider nur digital stattfindenden Veranstaltung in Kleingruppen besprochen und diskutiert.

Fazit der beiden Veranstaltungen: Frau Glasmacher konnte den Teilnehmern spannende Impulse und Ideen – gerade beim Beraten individueller Unternehmenskampagnen im kleinen Teilnehmerkreis - mit auf den Weg geben, damit die Unternehmen beim Rennen um gute und motivierte Fachkräfte mithalten können.

„Employer Branding ist ein Marathon“

Interview mit Frau Glasmacher:



Heike Glasmacher

Können Sie uns kurz und knapp erklären, was eine gute Arbeitgebermarke ausmacht?

So wie uns als Konsumenten eine Marke Orientierung gibt bzw. wir Erwartungen an ein Produkt haben und damit auch unser Kaufverhalten beeinflusst wird, verhält es sich auch mit Arbeitgebermarken. Auch wenn wir Individuen sind und sich unsere Assoziationen zu einer Marke unterscheiden, macht es Sinn sich als Arbeitgeber mit der eigenen Markenidentität zu beschäftigen. Denn wie schon der Kommunikationsexperte Paul Watzlawick sagte man kann „nicht nicht kommunizieren.“ Wir bauen direkt ein Markenverständnis auf, sobald wir erste Kontaktpunkte mit Unternehmen haben. Also sind Unternehmen gut beraten, diese Kontaktpunkte zu kennen und systematisch sowie bewusst zu steuern. Dies erfolgt v.a. emotional, so dass die Markensteuerung auch vornehmlich *affektive Aspekte berücksichtigen sollte*.

Gibt es wichtige Regeln bzw. Prinzipien, die bei der Erarbeitung einer Employer Branding-Strategie zu berücksichtigen sind?

Möchte man theoretisch fundiert einsteigen, ist der Employer Branding Zyklus von Armin Trost ein guter Leitfaden: Sie starten mit der Zielgruppendefinition. Dies ist schon kein leichtes Unterfangen, da auch hier schon Priorisierungsentscheidungen erforderlich sind. Daran schließt sich die Analyse der Zielgruppenpräferenzen und des Wettbewerbs an. Intern werden die Arbeitgeberereigenschaften, das Arbeitgeberimage und die Markenidentität des Unternehmens untersucht. Im dritten Schritt wird im Rahmen der Strategieformulierung eine sog. Employer Value Proposition (EVP) erarbeitet. Sie umschreibt das Nutzenversprechen, dass die Arbeitgebermarke reflektieren soll und das Unternehmen von anderen Arbeitgebern im Arbeitsmarkt unterscheiden soll. In der vierten Phase – der Umsetzung – werden dann auf dieser Basis Kommunikationsmaßnahmen wie z.B. Gestaltung von Stellenanzeigen, Messeauftritten etc. entwickelt. Bei allen Punkten sind Authentizität und Ehrlichkeit mit sich selbst gefordert. Workshops *sollten möglichst „machtfrei“* durchgeführt werden, damit alle Meinungen und Einschätzung geäußert und gewürdigt werden können.

Worin unterscheiden sich die einzelnen Employer Branding-Kampagnen verschiedener Unternehmen?

Genau an diesem letzten Punkt lässt sich ein wesentlicher Unterschied zwischen den Kampagnen feststellen. Beruht die Arbeitgebermarke auf der Einschätzung der Top-Entscheider bzw. wurde diese womöglich ausschließlich extern designt oder ist sie glaubwürdiger Ausdruck und Auftritt des Unternehmens. Es ist immer empfehlenswert, sämtliche Unternehmensbereiche bei Workshops zur Markenidentität einzubeziehen. So kann ein authentisches Bild des Unternehmens gegenüber Bewerber*innen - und auch intern gegenüber Mitarbeiter*innen - erarbeitet werden.

Wo gibt es potenzielle Herausforderungen bzw. Schwierigkeiten bei der Umsetzung eigener Kampagnen – vorrangig aus der Perspektive eines Mittelständlers gesehen?

Gerade mittelständischen Unternehmen kennen ihre Produkte und Dienstleistungen sehr gut und pflegen langjährige Kundenkontakte. So sind die Unternehmen sehr stark kundenzentriert aufgestellt. In der heutigen Zeit ist es aber auch wichtig, potentiellen Kandidat*innen und Mitarbeiter*innen Raum und Zeit zu schenken: Und da kommen wir zum springenden Punkt: Arbeitgebermarketing kostet Geld und bindet Ressourcen, - wie andere Marketing- und Werbemaßnahmen auch. Es kann nicht alles in-house gemacht werden. Daher rate ich dazu - bevor man womöglich nicht aktiv wird - lieber eine preiswerte Agentur oder Freelancer mit einzelnen Arbeitgebermarketing-Aktivitäten zu beauftragen, oder sich einen realistischen Zeitplan für einzelne Maßnahmen, ähnlich einem Baukastensystem anzulegen.

Können Sie folgender Aussage bzw. Metapher zustimmen: Employer Branding ist ein Marathon und kein Sprint? Bitte begründen Sie Ihre Antwort.

Ich greife die Idee des Marathons gerne auf und nehme noch die Trainingsphase dazu. Jedes Unternehmen, das langfristig am Markt bestehen möchte -und dafür sind die passenden, motivierten Mitarbeiter*innen gefragt- sollte sich zukunftsfähig, also fit machen.

Als Trainingsphase würde ich die o.g. (strategische) Vorbereitung der Arbeitgebermarke bezeichnen, inkl. Trainingsplan – also Kommunikations- & Budgetplanung. Im Gegensatz zu einem 100 m Lauf ist beim Marathon eher Kondition und Selbstvertrauen gefragt – genau wie beim Employer Branding – es ist kein Spurt, sondern eine längere Strecke: Durchaus mit Höhen und Tiefen, wenn sich der Erfolg nicht direkt einstellt. Aber Hauptsache ist: Wir erreichen unser Ziel, also die passenden Mitarbeiter*innen für die Zukunft zu finden und zu binden.

Fachkräftesicherung durch vielfaltsbewusste Personalarbeit

Mit dem ifaa – Institut für angewandte Arbeitswissenschaft wurde eine Veranstaltung zur vielfaltsbewussten Personalarbeit im November 2021 digital durchgeführt.

Der bewusste Umgang mit personeller Vielfalt wird vor allem für Unternehmen, die vom demografischen Wandel besonders betroffen sind, immer relevanter, um den Fachkräftebedarf absichern und um Zugewanderte zielgerichtet integrieren zu können. Nach wie vor haben jedoch kleine und mittlere Unternehmen Schwierigkeiten, die Potenziale von vielfältigen Belegschaften zu erkennen und für ihr Unternehmen zu nutzen.¹

Die beiden Referentinnen Frau Dr. Peschl und Frau Schüth konnten den Teilnehmenden mit vielen Beispielen zeigen, dass bereits mit kleinen Veränderungen dem Fachkräftemangel durch „*Vielfalt im Unternehmen*“ begegnet werden kann.

Geht es zum Beispiel um die Besetzung von freien Stellen, kann es sinnvoll sein, den Kreis der Kandidat*innen zu erweitern oder die bisherigen Personalgewinnungsstrategien zu hinterfragen: „Könnten - richtig eingearbeitet und eingesetzt - nicht auch Kandidat*innen zu einem produktiven Teil des Unternehmens werden, die wir früher aus verschiedenen Gründen nicht einmal zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen hätten?“ Die Antwort lautet: „Ja, das können sie.“ – und mehr noch; Es gibt im Unternehmen deutlich mehr Bereiche als die Personalrekrutierung, in denen ein Bewusstsein für vielfältige Blickwinkel und Fähigkeiten von Menschen einem Betrieb Chancen eröffnen können.

Daher ist es in Zeiten des demografischen Wandels, der Globalisierung und der Individualisierung von Lebensentwürfen, aber auch der digitalen Transformation unerlässlich, das Thema Vielfaltsbewusstsein bzw. Diversity bei der Personalarbeit zu berücksichtigen.²

Der Vorteil für die Unternehmen unserer Textil- und Bekleidungsindustrie – im Wettstreit um Fachkräfte mit großen Unternehmen – liegt dabei auf der Hand:

Unsere Firmen können mit einer vielfaltsbewussten Personalarbeit ihren Beschäftigten ein motivierendes und gesundes Arbeitsumfeld bieten und sich so als attraktive Arbeitgeber darstellen.

Im Rahmen des vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) geförderten Projekts INQA-Check „Vielfaltsbewusster Betrieb“ wurde u. a. vom ifaa ein Selbstbewertungsinstrument entwickelt, das als Praxis-Check für Unternehmen dient und folgende fünf Themenfelder in Bezug auf Vielfalt abdeckt:

Strategie, Führung, Personalarbeit, Arbeitsorganisation und Unternehmenskultur.

Die Unternehmen legen im zu bearbeitenden Maßnahmenplan durch ihre individuelle Bewertung die wichtigsten Maßnahmen mit einer spezifischen Prioritätensetzung fest, die sie angehen wollen. Zugleich wird festgehalten, wer für die Umsetzung der Maßnahmen verantwortlich ist, wann damit begonnen und wann die Umsetzung kontrolliert wird. Interessierte Unternehmen können sich im Internet informieren und den Check herunterladen³. Es ist auch möglich, das Instrument in einer Onlineversion zu bearbeiten.⁴

¹⁾ <https://www.arbeitswissenschaft.net/forschung-projekte/abgeschlossene-projekte/vielfaltsbewusster-betrieb-diversity>

²⁾ <https://www.arbeitswissenschaft.net/angebote-produkte/checklistenhandlungshilfen/informationsplattform-diversity/>

³⁾ <https://www.arbeitswissenschaft.net/angebote-produkte/checklistenhandlungshilfen/alf-che-diversity-check-vielfaltsbewusster-betrieb/>

⁴⁾ <http://www.inqa-check-vielfalt.de/check-diversity/daten/mittelstand/index.htm>

„Check hat sich bewährt“



Dr. Anika Peschl,
ifaa

Können Sie uns die Tatsache erklären, warum sich kleine und mittlere Unternehmen eher schwertun, die Potenziale einer vielfältigen Belegschaft zu erkennen und für ihr Unternehmen zu nutzen? Womit hängt das zusammen?

Häufig liegt es nicht an mangelnder Bereitschaft, sondern an fehlenden personalen und zeitlichen Ressourcen sowie der Bewertung von Prioritäten. Der Check kann dabei helfen, auch kleinen Betrieben ohne eigene Abteilung für Diversity Management Stell-schrauben aufzuzeigen, anhand derer ohne großen Aufwand Vielfalt im Betrieb ermöglicht und gelebt werden kann.

Es interessiert sich jetzt bspw. ein mittelständisches Textil- oder Bekleidungsunternehmen für die Durchführung dieses Selbstbewertungschecks. Welcher Personenkreis sollte sich damit beschäftigen und wieviel Zeit nimmt diese Aufgabe in Anspruch?

Mit dem Check können vor allem Unternehmer*innen und Führungskräfte kleiner und mittlerer Betriebe ihre Prozesse und Möglichkeiten systematisch überprüfen. Zudem ist das Instrument auch für Führungskräfte von Abteilungen oder Teams in größeren Unternehmen sowie betriebliche Interessenvertretungen geeignet. Grundsätzlich ist es sinnvoll, dass mehrere Personen die Checkpunkte gemeinsam durchgehen. So werden verschiedene Sichtweisen einbezogen und mehr Ideen für die Maßnahmen gefunden. Je nach Diskussionsbedarf und Kenntnisstand des Themas kann die Bearbeitung des Checks zwischen 45 min. und zwei Stunden in Anspruch nehmen. Da das Instrument so aufgebaut ist, dass auch nur einzelne Themenfelder bearbeitet werden können, ist die Bearbeitung auch zu verschiedenen Terminen mit unterschiedlichen Akteuren möglich.

Welchen Nutzen bietet der Selbstbewertungscheck für das Unternehmen? Was kann man als Personalverantwortlicher erwarten?

Der Check hilft Unternehmen, zu überprüfen, ob und wie bereits die unterschiedlichen Blickwinkel und Fähigkeiten der bereits Beschäftigten in betrieblichen Prozessen einbezogen sind. So kann Vielfalt ein Thema werden, das in alltäglichen Situationen und Handlungen von Beschäftigten und Führungskräften im Betrieb berücksichtigt wird und Personal langfristig an das Unternehmen bindet. Aber auch für die Rekrutierung neuer Beschäftigter oder neuer Beschäftigtengruppen bietet das Instrument Hinweise für die Praxis, mit denen dem Fachkräftemangel begegnet werden kann (z. B. durch adäquate Bewerberansprache).

Personalverantwortliche können durch die Bearbeitung des Checks zunächst eine ausführliche Reflexion und Sensibilisierung für das Thema erwarten. Danach wissen sie, wie vielfaltsbewusst das Unternehmen bereits aufgestellt ist und erhalten konkrete Maßnahmen, mit denen sie die Potenziale von Vielfalt im Betrieb noch besser nutzen können.



Nora Johanna Schüth,
ifaa

Hat sich der Selbstbewertungscheck in der Praxis bewährt?

Der Check wurde in der Praxis sowohl während seiner Entstehung erprobt als auch nach Fertigstellung evaluiert. 33 Unternehmen und Berater*innen wurden anhand quantitativer Fragebögen und qualitativer Interviews zu ihren Erfahrungen mit dem Check befragt. Die Befragten beschrieben das Instrument als nützlich, um in ihrem Betrieb Handlungsimpulse zu setzen und die Verständlichkeit der Inhalte wurde als sehr hoch angegeben. Der Check wurde außerdem von allen Partnern der Offensive Mittelstand diskutiert und als gemeinsame Praxisvereinbarung für die systematische Berücksichtigung der Potenziale von Vielfalt in kleinen und mittleren Unternehmen verabschiedet. Die vollständigen Ergebnisse der Evaluation finden Sie auf der Webseite:

<https://www.arbeitswissenschaft.net/>

Attraktives Angebot für elektronisches Hinweisgebersystem



Unternehmensinterne Hinweisgebersysteme zählen zu den zentralen Bestandteilen von funktionierenden Compliance-Systemen. Durch die EU-Richtlinie zum Schutz von Hinweisgebern (Whistleblower-Richtlinie) und das deutsche Lieferkettengesetz werden die Unternehmen künftig auch gesetzlich dazu verpflichtet, ein unternehmensinternes Hinweisgebersystem einzurichten. Diese internen Meldestellen sollen Arbeitnehmern und anderen potentiellen „Whistleblowern“ ermöglichen, dem Unternehmen Verstöße gegen bestimmte Rechtsverstöße vertraulich zu melden.

Die nationale Umsetzung der Whistleblower-Richtlinie hätte bereits im vergangenen Dezember erfolgen müssen. Deutschland hat diese Frist verpasst. Es ist allerdings damit zu rechnen, dass noch im Herbst 2022 ein entsprechendes Umsetzungsgesetz verabschiedet wird.

Unser Dachverband textil+mode hat am 24. November 2021 u. a. in Kooperation mit unserem Verband in einem Online-Workshop über die Whistleblower-Richtlinie und dem deutschen Lieferkettengesetz und die sich daraus ergebenden Pflichten und Anforderungen an unternehmensinterne Hinweisgebersysteme informiert.

Eine besonders schnelle und bürokratiearme Umsetzung der neuen Anforderungen können digitale Hinweisgebersysteme bieten. Voraussetzung hierfür ist, dass die jeweilige Softwarelösung die Anforderungen an die Vertraulichkeit und an den Datenschutz gewährleisten. Unser Dachverband hat daher für unsere Mitgliedsunternehmen attraktive Sonderkonditionen für die digitalen Hinweisgebersysteme der Firma EQS ausgehandelt. EQS ist ein deutsches Unternehmen mit Sitz in München und gilt europaweit als führender Anbieter von digitalen Hinweisgeberlösungen.



BREXIT hat Branche getroffen

Zu Beginn des Jahres 2021 hat ein Thema die exportierenden Mitgliedsunternehmen besonders bewegt: Der BREXIT bzw. endgültige Austritt des Vereinigten Königreiches aus der Europäischen Union und dem EU-Binnenmarkt zum 31.12.2020 sowie das kurz vor dem endgültigen Austrittstermin vereinbarte Handels- und Kooperationsabkommen.

Wirtschaftlich hat der Brexit die deutsche und europäische Textil- und Bekleidungsindustrie in nicht unerheblichem Ausmaß getroffen. Nach einem Bericht von EURATEX waren in den ersten neun Monaten des Jahres 2021 Rückgänge bei den britischen Importen um 44 % und bei britischen Exporten um 22 % zu verzeichnen. Insbesondere Italien, die Niederlande, Belgien und Deutschland waren danach bei ihren Textilexporten am stärksten vom Brexit betroffen. Auf der Einfuhrseite verzeichnen Deutschland, Irland und Frankreich lt. EURATEX die stärksten Rückgänge.

Hoffnung hatte bei vielen Unternehmen das noch kurz vor Weihnachten ausgehandelte und am 30.12.2020 unterzeichnete Handels- und Kooperationsabkommen geweckt. Mit Unterzeichnung des Abkommenstextes konnte das Abkommen vorläufig ab dem 01.01.2021 angewandt werden. Endgültig in Kraft trat es dann zum 01.05.2021.

Historisch gesehen stellt das Abkommen eine Besonderheit dar, da es de facto das erste Freihandelsabkommen der EU ist, welches in den Wirtschaftsbeziehungen eine Verschlechterung zum vorherigen Status



mit sich bringt. Anders als anfangs von vielen vermutet und erhofft bzw. teilweise auch in den Medien nicht richtig dargestellt, sind für bestimmte Waren aber mit Wirkung 01.01.2021 bei der Einfuhr Zölle zu entrichten, da das Abkommen nicht auf Freiverkehrspräferenzen, sondern auf Ursprungspräferenzen fußt. Voraussetzung ist somit, dass die zu liefernde Ware – nach den im rein bilateralen Abkommen definierten Verarbeitungsregeln – in einer der Vertragsparteien (EU bzw. Großbritannien) ausreichend be- oder verarbeitet wurde. Diese notwendige Voraussetzung bedeutet für viele Unternehmen der Textil- und Bekleidungsindustrie eine nur schwer zu überwindende Hürde, da in den vergangenen Jahren aus verschiedenen Gründen immer mehr Arbeitsschritte in Drittländer außerhalb der EU ausgelagert wurden oder aber auch die Waren direkt im Vollkaufgeschäft von drittländischen Unternehmen bezogen werden.

Neben den aus dem fehlenden Präferenzursprung der Waren resultierenden Zöllen kommt noch der ab dem 01.01.2021 notwendige Aufwand für die Abgabe von Zollanmeldungen bei Ein- und Ausfuhr der Waren hinzu.

Besonders von Teilen der britischen Kundschaft wurden – trotz aller Aufklärungskampagnen der britischen Regierung – die administrativen Mehraufwände und zusätzlichen Zollkosten bei der Einfuhr anfangs augenscheinlich nicht realisiert und auch nicht akzeptiert, so dass viele exportierende Unternehmen gezwungen waren sich mit den im Vereinigten Königreich notwendigen zoll- und steuerrechtlichen Bestimmungen auseinanderzusetzen und ggf. auch die Mehrkosten für nunmehr im Vereinigten Königreich anfallenden Zölle zu übernehmen. Seitens des Verbandes haben wir hier in vielen Einzelgesprächen mit den Mitgliedsunternehmen fachliche Unterstützung, von der Erläuterung der allgemeinen zoll- und umsatzsteuerrechtlichen Problematiken bis hin zu möglichen Lösungsansätzen, leisten können.

Ausbildung zur Zollfachkraft Textilindustrie

Die Erweiterung des Dienstleistungsangebots im Bereich Zoll / Außenwirtschaft des Verbandes soll weiter ausgebaut werden. Neben dem bestehenden Beratungs- und Seminarangebot möchten wir ab dem Jahr 2023 in Zusammenarbeit mit der GermanFashion Akademie eine modulare Ausbildung zur Zollfachkraft Textilindustrie (IHK) anbieten. Einzelheiten dazu werden Ende des Jahres 2022 mitgeteilt, ab dann sind auch Anmeldungen möglich.

Warum bietet der Verband eine solche Fortbildung an?

Die Anforderungen in den zoll- und außenwirtschaftsrechtlichen Themenfeldern sind in den letzten Jahren erheblich gestiegen. Auch hat die Komplexität im Zusammenspiel der einzelnen Fachthemen zugenommen. In vielen Fällen reicht es somit nicht mehr aus, Mitarbeiter lediglich mit zollrechtlichen Grundkenntnissen auszustatten und hierbei den Fokus auf lediglich ein oder zwei Tätigkeitsschwerpunkte zu legen.

Gut ausgebildete Zollfachkräfte sind auf dem freien Arbeitsmarkt kaum verfügbar bzw. stark nachgefragt. Für die Unternehmen der Bekleidungsindustrie hat German Fashion mit der Zollfachkraft Bekleidungsindustrie (IHK) ein seit 2012 etabliertes Angebot geschaffen, welches den Unternehmen die Qualifizierung der eigenen Mitarbeiter ermöglicht. Durch die Kooperation mit German Fashion möchten wir diese Qualifizierungsmaßnahme – in leicht modifizierter Form – jetzt auch unseren Mitgliedsunternehmen zugänglich machen.

Welches Ziel verfolgt der Zertifikatslehrgang?

Der Lehrgang soll die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den für die Textilindustrie zollrelevanten Themen qualifizieren und darüber hinaus ein Bewusstsein für die Zusammenhänge schaffen. Die Absolventen können ihre Unternehmen nach Abschluss der Ausbildung kompetent im Zollmanagement unterstützen.

Welche Themen werden in der Ausbildung behandelt?

Die Ausbildung besteht aus insgesamt neun Modulen, von denen sich die ersten drei Module mit allgemeinen Grundlagen sowie den Grundlagen bei der Ein- und Ausfuhr von Waren beschäftigen. Im weiteren Verlauf des Lehrgangs werden die Themen Warenursprung und Präferenzen, passive Veredelung und Zollwertermittlung behandelt. Vervollständigt wird die Ausbildungsreihe dann noch durch jeweils ein Modul zur zolltariflichen Einreihung von Textilerzeug-



nissen und zu ausgewählten Rechtsproblemen für die Zollabteilung.

Sind Vorkenntnisse erforderlich?

Wo erforderlich, bauen die einzelnen Module thematisch aufeinander auf. Der Lehrgang ist somit auch für Teilnehmer ohne Vorkenntnisse geeignet.

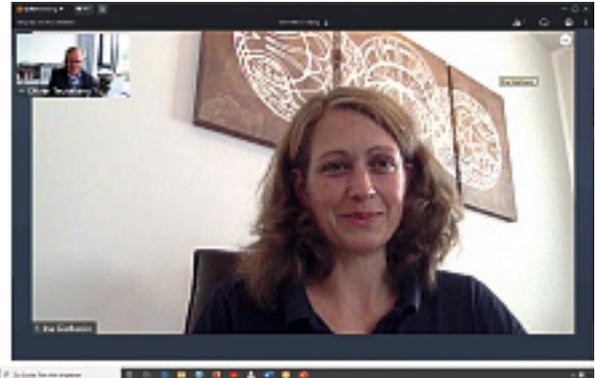
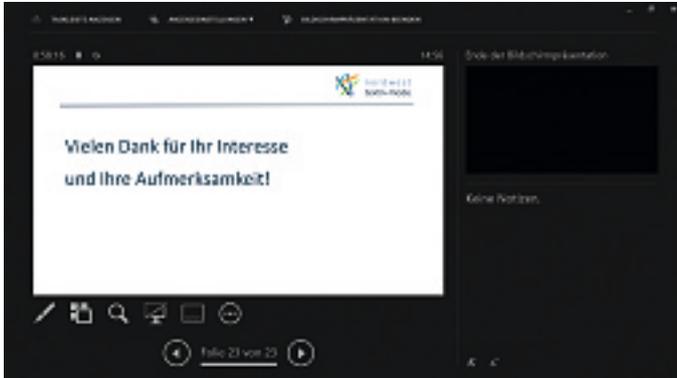
In welcher Form findet die Ausbildung statt?

Alle Module finden grds. als Präsenzveranstaltung in Seminarform, u.a. in Frankfurt statt. Nach jedem Modul erfolgt eine schriftliche Lernzielkontrolle. Wurden alle Lernzielkontrollen erfolgreich mit mindestens der Hälfte der möglichen Punkte absolviert, wird der Teilnehmer zur Abschlussprüfung vor der IHK zu Köln zugelassen.

Welche Kosten fallen für die Ausbildung an?

Aufgrund der von der IHK Köln erhobenen Prüfungsgebühren und des zusätzlichen Aufwandes auf Seiten von GermanFashion kann die Ausbildung leider nicht kostenlos angeboten werden. Die Kosten für den gesamten Lehrgang inkl. Prüfung werden sich auf voraussichtlich ca. 4.000 € belaufen.

Viele Gespräche



Vor der Bundestagswahl haben wir innerhalb von rund einem Monat Gespräche mit 37 Bundestagskandidatinnen und Bundestagskandidaten aus unserem Verbandsgebiet geführt.

Die Gespräche waren wichtigster Bestandteil einer kleinen Kampagne, in deren Rahmen wir alle Kandidatinnen und Kandidaten (etwa 400) vier Mal angemailt haben. In diesen E-Mails

haben wir unsere Branche vorgestellt, das Positionspapier unseres Gesamtverbandes textil+mode zur Bundestagswahl übermittelt und die Problematik der hohen Energiekosten dargestellt.

In den Gesprächen haben wir neben der Energiekostenproblematik auch das Lieferkettengesetz und die EU-Chemikalienpolitik (Fluorcarbon)







thematisiert. Schwerpunkt war aber die Vorstellung der Industrie in der Breite (Textilien als Problemlöser). Wenn spezielle Themen benannt bzw. gewünscht worden waren, wurden weitere Gesprächspartner von unserem Verband oder unserem Gesamtverband textil+mode hinzugezogen.

Die meisten Gespräche fanden in

Form von Videogesprächen statt (20), einige bei uns im Verband (10), außerdem gab es einige Unternehmensbesuche in den Wahlkreisen (6).

All unseren Gesprächspartnern haben wir nach der Wahl ein textiles Geschenk in Form eines Duschtuchs mit Verbandslogo zukommen lassen, um uns so noch einmal in Erinnerung zu bringen.



Gutes Gespür

Mit der Einladung des nordrhein-westfälischen Verkehrsminister Hendrik Wüst (CDU) zu unserer – coronabedingt erst im September stattfindenden – Mitgliederversammlung hatte unser Verband ein gutes Gespür bewiesen. Denn schon zwei Wochen später wurde Wüst zum neuen Ministerpräsidenten von Nordrhein-Westfalen gewählt.

Wüst sprach sich in seiner Rede für ein breit getragenes Beschleunigungspaket für Infrastrukturprojekte aus. „Nie zuvor war es wichtiger, Ersatzneubauten so schnell wie möglich zu realisieren. Die Landesregierung hat deshalb schon im März das ‚Infrastrukturpaket II‘ für schnellere Planungs- und Genehmigungsverfahren für Straßen und Brücken beschlossen.“ Wüst weiter: „Nordrhein-Westfalen will mehr. Mehr Tempo bei der Planung und mehr Tempo beim Bau. Dafür brauchen wir das ‚Infrastrukturpaket II‘ und treiben den Planungs-, Genehmigungs- und Bauhochlauf weiter voran. Nur wenn der Staat seine Projekte zügig umsetzt, wird er die Akzeptanz der Menschen erhalten. Die Beseitigung der Schäden nach der Unwetterkatastrophe zeigt aktuell zudem, wie wichtig die Ersatzneubauten sind.“ Für mehr Tempo bei der Umsetzung von Infrastrukturprojekten sorgen folgende Maßnahmen: Keine Planfeststellung mehr bei Ersatzneubauten, schneller Beginn von Bauarbeiten, schnellere Gerichtsverfahren und keine Umweltverträglichkeitsprüfung mehr beim Bau von Radwegen bis sechs Kilometer Länge, so Wüst.

Unser Präsident Dr. Wilfried Holtgrave hatte bei seiner Begrüßung eine zum Teil mittelstandsfeindliche Politik kritisiert. „Das Lieferkettengesetz ist deutlicher Ausdruck eines tiefen Misstrauens gegenüber den Unternehmern in unserem Land“, sagte Holtgrave. Von Teilen der Politik werde Wirtschaft offenbar als etwas verstanden, das immer funktioniert und Geld abwirft und das man deshalb ohne Probleme immer weiter belasten kann und kontrollieren muss.

Wüst, der auch Landesvorsitzender der CDU-Mittelstandsunion ist, wies auf die Entfesselungspakte der NRW-Landesregierung hin, die Bürokratie gerade für Unternehmen abgebaut haben. Hendrik Wüst: „In unser aller Interesse muss es sein, Infrastruktur und große Bauprojekte schnell und rechtssicher zu realisieren. Natürlich gilt es hierbei auch, den Ausgleich von Eingriffen in die Umwelt und in die Rechte der betroffenen Bürger schneller hinzukriegen. Die Wiedereinführung der Präklusion garantiert Rechtsschutz für wirklich Betroffene und verhindert, dass Gerichtsverfahren mit taktischem Zurückhalten von

Informationen absichtlich in die Länge gezogen werden. Wie das möglich ist, habe ich bereits 2019 gemeinsam mit mehreren Bundestagsabgeordneten der Union in einem 11-Punkte-Plan für schnelleres Planen und Bauen vorgelegt. Das ist der richtige Weg.“

Der CDU-Politiker ging davon aus, dass unmittelbar nach der Bundestagswahl wichtige Weichenstellungen anstehen. „Eine der wichtigsten Frage wird die der Energiekosten sein“, griff Wüst eine Forderung Holtgraves auf.



Mit EEG-Umlage und CO₂-Steuer belastete man jetzt schon die Unternehmen, ohne dass bezahlbare und sichere Energie aus Erneuerbaren schon verfügbar wäre. „Wenn wir da nicht gegensteuern, gehen industrielle Arbeitsplätze in Deutschland verloren“, sagte Wüst. Die Forderung des Textilverbandes die EEG-Umlage durch eine Haushaltsfinanzierung abzulösen sei daher richtig. Wüst weiter: „Wir haben die Verantwortung angenommen, der nachfolgenden Generation ein klimaneutrales Land zu

hinterlassen, das als Industrieland Wohlstand und soziale Sicherheit garantiert und in dem der Preis für Mobilität nicht zur neuen sozialen Frage wird. Klimaschutz, Wohlstand und bessere, sichere und saubere Mobilität müssen zusammengehen. Sonst macht es uns auf der ganzen Welt auch keiner nach. Wenn uns niemand folgt, wäre das Vorgehen ein sinnloser Alleingang.“



ZiTex-Branchentreff: Energiekosten im Mittelpunkt



NRW-Wirtschaftsminister Prof. Andreas Pinkwart

Belastungen durch die CO₂-Steuer und zu hohe Stromkosten waren die Themen des Branchentreffs 2021 der ZiTex NRW mit NRW-Wirtschaftsminister Pinkwart. Der teilte die Sorgen und forderte die Abschaffung der Umlage.

Die Aussage des Wirtschaftsministers zum System der EEG-Umlage und den damit verbundenen hohen Strompreisen war eindeutig: „Wir müssen uns den Herausforderungen stellen und die EEG-Umlage abschaffen. Wir können nicht jahrelang gegensubventionieren“, sagte Pinkwart. Stattdessen plädierte der NRW-Wirtschafts- und Energieminister für einen Altlastenfonds. Zustimmung für diesen Vorschlag erhielt Pinkwart von den Branchenvertretern. „Die EEG-Umlage ist unabhängig von der Deckelung für deutsche Unternehmen noch immer viel zu kostenintensiv, sie allein ist beispielsweise so hoch wie der gesamte Strompreis in vielen Wettbewerbsländern. Zudem profitieren nur wenige Unternehmen von den Entlastungen durch die Besondere Ausgleichsregelung (BesAR), die zudem immer komplexer wird und von den Unternehmen kaum noch zu handhaben ist“, sagte Markus Simon, Sprecher der Geschäftsführung Verseidag-Indutex. „Wir haben ein weiteres Bürokratiemonster geschaffen.“ Die Unternehmen bräuchten darüber hinaus Planungssicherheit, so Simon: „Wir wissen nicht, wo es hingehet mit der EEG-Umlage. Zusätzlich wurde mit der CO₂-Abgabe, die durchaus sinnvoll ist, ein weiterer Kostenfaktor geschaffen. Aber die Steuerungswirkung ist umso

höher, wenn ich das Problem der zu hohen Stromkosten für die Unternehmen lösen würde und damit den Anreiz schaffen, das eine durch das andere zu substituieren.“ Wie hoch die Belastungen für Verseidag-Indutex mittlerweile sind, verdeutlichte Simon an einem Rechenbeispiel: „Die Kosten der EEG-Umlage betragen im Vergleich mittlerweile rund 40 Prozent der jährlichen Abschreibungen oder 75,9 Prozent unserer Personalkosten im Bereich Forschung und Entwicklung. Bei der CO₂-Abgabe liegen wir hier aktuell bereits bei 15 Prozent – und diese Kosten werden kontinuierlich steigen.“

Darüber hinaus forderte Simon eine Diskussion über die weitere Entwicklung der Netzentgelte: „Wir brauchen Lösungen, wie wir dieser Entwicklung begegnen, um die Belastung für Unternehmen und Privathaushalte so gering wie möglich zu halten.“ Auch der nationale Brennstoffemissionshandel steht bei Branchenvertretern in der Kritik. Durch die CO₂-Bepreisung mit dem Brennstoffemissionshandelsgesetz (BEHG) seit dem 1. Januar 2021 werden sowohl Kraft- als auch Brennstoffe teurer. „Für Unternehmen ergeben sich daraus Mehrkosten von bis zu 20 Prozent. Der Beschluss, uns durch die Carbon-Leakage-Verordnung (BECV) von den Mehrkosten teilweise zu entlasten, reicht nicht aus“, sagte Simon. Es seien weitere Verbesserungen notwendig, insbesondere müsse das Kompensationsniveau dem EU Emissionshandel angeglichen werden. „Die Mindestkompensation muss auf 85 Prozent der CO₂-Kosten erhöht werden“, sagte Simon.

Gästehaus bietet viele Vorteile

Das neue Gästehaus der Textilakademie NRW hat den Betrieb aufgenommen.

Unter anderem Auszubildende und Weiterbildungsteilnehmende der Textilakademie NRW können 59 Zimmer mit 105 Betten in Einzel-, Doppel- und Familienzimmern nutzen. Das Gebäude ist komplett barrierefrei, die Zimmer sind sämtlich mit Dusche/WC, Sat-TV und einem kleinen Kühlschrank ausgestattet.

Selbstverständlich gehört ein flächendeckendes WLAN zur Grundausstattung. Zusätzlich gibt es in jedem der vier Obergeschosse eine Gemeinschaftsküche und einen Lernraum mit Smartboard. Im Erdgeschoss befindet sich das haus-eigene Bistro mit über 50 Sitzplätzen, einer „Cook & Chill-Küche“ sowie einer großen Außenterrasse. Darüber hinaus verfügt das Gästehaus über einen großen Freizeitbereich und einen Verwaltungstrakt. Betrieben wird das Gästehaus vom





erfahrenen Kooperationspartner „Kolping Bildungswerk“. Primär sollen Auszubildende und Weiterbildungsteilnehmende der Textilakademie NRW hier übernachten. Aber auch Auszubildende anderer Branchen, Jugendliche und Erwachsene im Rahmen von Bildungsmaßnahmen, Jugendfreizeitgruppen und Klassenfahrten sowie Gaststudierende und Gastdozenten der Hochschule Niederrhein sind herzlich willkommen.

Für den Schulbetrieb der Textilakademie NRW hat das Bauprojekt einen erheblichen Mehrwert. Schulleiter Thomas Döring erklärt: „Die Unterrichtsorganisation wird wesentlich flexibler sein, da wir nicht mehr auf den Busshuttle zwischen Textilakademie und den Unterkünften angewiesen sind, der eine Anpassung der Unterrichtszeiten an die Ankunfts- und Abfahrtszeiten erforderlich macht.“ Aus Schülersicht ergibt sich für Döring

der offensichtliche Vorteil des „länger Schlafens“.

Konkrete Erleichterung bei der Unterrichtsplanung könnte sein, dass „eine Klasse auch mal früher entlassen werden oder eben auch länger unterrichtet werden kann.“, so Döring.

Neben variablen Pausenzeiten sieht die stellvertretende Schulleiterin Anke Hollkott vor allem Flexibilität in der Planung von Laborbesuchen und Förderangeboten. „Zusätzlich ist eine bessere Betreuung von Lern- und Fördergruppen durch die unmittelbare Nähe der Lehrkräfte möglich.“, ergänzt Hollkott.

Die pädagogische Betreuung (mit Schwerpunkt Minderjährige) nach Schulschluss, abends und an Wochenenden sowie Bereitschaftsdienst in der Nacht, rundet das „All-Inklusive-Angebot“ im neuen Gästehaus ab.

Zweimal NEXT für Azubis von Mitgliedsunternehmen

Die Textilakademie NRW hat mit Unterstützung der ZiTex - Textil & Mode NRW bereits zum elften Mal den Nachwuchspreis NEXT an die besten Auszubildenden in gewerblich-technischen Berufen der Textil- und Bekleidungsindustrie Nordwestdeutschlands vergeben. Auf den üblichen Festakt musste coronabedingt verzichtet werden. Zwei Preise gingen mit Judith Bündler und Meik Voss an Auszubildende von Mitgliedsunternehmen unseres Verbandes.

Die 23-Jährige Bündler, die beim Modehersteller Gerry Weber International

AG zur Textil- und Modeschneiderin ausgebildet wurde, erhielt den mit 1.000 Euro dotierten zweiten Preis. Sie hat ihren Berufsabschluss mit sehr gut absolviert, die Berufsschulabschlussnote betrug 1,1. Bündler wusste schon früh, dass sie einmal in der Branche arbeiten möchte. Mit 15 gründete sie ihr eigenes Modelabel mit dem Namen Mops, aktuell absolviert sie den Studiengang sie Design-Ingenieur an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach. „Mein Ziel ist es, künftig in einem Fair-Fashion-Unternehmen zu arbeiten“, sagt Bündler.

Judith Bündler (mitte)



Voß erhielt seine Auszeichnung – im Beisein der Verantwortlichen – direkt im Unternehmen. Der 22-Jährige, der seine Ausbildung zum Produktveredler bei der Gerhard van Clewe GmbH & Co. KG im münsterländischen Hamminkeln abgeschlossen hat, erhielt den mit 500 Euro dotierten dritten Preis. Das Familienunternehmen veredelt Textilien, die in zahlreichen Branchen wie der Autoindustrie oder Heimtextilien zum Einsatz kommen. Voß wurde am Standort übernommen und arbeitet mittlerweile in der Instandhaltung. Parallel studiert Voß an der Hochschule Niederrhein in Krefeld Mechatronik und baut seine in der Ausbildung erworbenen Kenntnisse aus. „Wir freuen uns sehr, dass wir den Nachwuchs in Zeiten des Fachkräftemangels von unserem Unternehmen überzeugen konnten. Herr Voß ist ein geschätzter Kollege“, sagt Ausbilder Marc Göllmann.

Prämiert werden außerordentliche

Leistungen junger Nachwuchskräfte auf Facharbeitsebene. Hierbei zählen nicht nur die Noten, sondern auch die persönlichen Entwicklungen der Auszubildenden. Eine unabhängige Fachjury, bestehend aus mehreren Unternehmen, den Textil- und Bekleidungsverbänden sowie der Textilakademie NRW, hat die Gewinnerinnen und Gewinner der Auszeichnung ermittelt. Ziel des Preises NEXT ist es, die Attraktivität der Ausbildung in der Textilindustrie zu steigern und die Vielfalt der Branche zu präsentieren. Wie viele andere Branchen in Deutschland haben auch immer mehr Textilunternehmen akute Nachwuchssorgen. Der Präsident unseres Verbandes, Dr. Wilfried Holtgrave betont: „Die Nachwuchssicherung ist für die gesamte Textil- und Modeindustrie wichtig. Nicht nur für die hochqualifizierten Stellen mit akademischem Hintergrund fehlt es an Bewerbern, sondern vor allem für die Facharbeiterinnen und Facharbeiter.“

Meik Voss (mitte)



Schulministerin besucht Textilakademie



Im März besuchte die NRW-Schulministerin Yvonne Gebauer die Textilakademie NRW. Begrüßt wurde die Ministerin u. a. durch den Hausherrn und Vorsitzenden des Verbandes der Rheinischen Textil- und Bekleidungsindustrie Rolf A. Königs sowie durch Mönchengladbachs Oberbürgermeister Felix Heinrichs.

Anke Hollkott, Thomas Döring und Detlef Braun von der Textilakademie stellten anschließend das Gesamtkonzept der Textilakademie NRW und vertiefend das digitale Konzept der Textilakademie NRW vor. Dies reicht vom Glasfaseranschluss, über Notebooks für alle Schülerinnen und Schüler und eine digitale Lernwelt mit 24/7-Zugriff bis zur Virtual Reality und Vollzeit-IT-Personal. Das die Textilakademie NRW auch weiterhin zu den modernsten Berufsschulen in Deutschland zählt, davon konnten sich die Ministerin und alle Beteiligten eindrucksvoll überzeugen.

Einen kleinen Einblick in den digitalen Schulalltag bot hier auch der Besuch einer Schulklasse im Unterricht. Die Schülerinnen und Schüler präsentierten Ministerin Gebauer einen digitalen BIPAR-COURS als Beispiel für die digitale Umsetzung von Lerninhalten.

Ein anschließender Rundgang durch die Textilakademie NRW und des Gästehaus bildete den Abschluss des Besuches.



Textilakademie hat Angebot erweitert



Die Textilakademie NRW hat ihr Aus- und Weiterbildungsangebot im vergangenen Jahr erweitert. Im Berufsschulbereich werden nun auch die Auszubildenden der Berufe Textil- und Modenäher/in (2jährig) und Textil- und Modeschneider/in (3jährig) beschult. Im Weiterbildungsbereich bietet die Textilakademie künftig einen modularen Zertifikatslehrgang „Fachkraft Textilproduktion“ mit insgesamt acht Modulen und etwa 220 Unterrichtsstunden an. Außerdem sollen auch Teilqualifikationen zur IHK-Abschlussprüfung zum/zur Maschinen- und Anlagenführer/in Textiltechnik oder Veredlung“ angeboten werden.

Wichtige Impulse für die weitere Arbeit

Lösungsansätze für eine nachhaltige Zukunft: Unter diesem Motto stand der zweite Workshop „Start-ups meet Mittelstand“, den Textil vernetzt gemeinsam mit unserem Verband am 24. August 2021 in Münster veranstaltet hat. Dabei wurden Innovationen und mögliche Anwendungsszenarien zu den Themen digitaler Produktpass, Sorgfaltspflichtengesetz, Nachhaltigkeit und Circular Economy vorgestellt. Das Vernetzen kam auch nicht zu kurz: Bereits während der Veranstaltung wurden Kooperationen ausgelotet. Am Ende der Veranstaltung waren sich alle einig: „Der Austausch hat Anschub und wichtige Impulse für das weitere Arbeiten gegeben“, so Anja Merker, Geschäftsführerin des Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrums Textil vernetzt. Die Unternehmensvertreter waren erstaunt, was alles bereits mög-

lich ist und die Start-ups wissen nun, was in den Unternehmen wirklich gebraucht wird und ob ihre Lösungen in die richtige Richtung gehen.

In der Vorstellungsrunde präsentierte Tobias Herzog von Tailorlux eine unsichtbare, jedoch optisch lesbare Markierungslösung, die Materialien und Produkte fälschungssicher macht. Lukas Pünder von retraced stellte eine Plattform vor, mit der Unternehmen ihre Lieferketten nachverfolgen und mit ihren Lieferanten, Kunden und Stakeholdern Daten austauschen, auswerten und teilen können. Wie der Wandel hin zu einer Circular Economy vorangetrieben werden kann, zeigten Reiner Mantsch und Steffen Gerlach vom Start-up EEDEN. Mithilfe eines chemischen Recyclingverfahrens können baumwollbasierte Textilabfälle





Um verschiedene digitale Kodiersysteme kennenzulernen und spielerisch anzuwenden, traten die Teilnehmer nach der Pause in zwei Mannschaften im "Escape Room" gegeneinander an. Sie mussten unter Zeitdruck in Teamwork diese Codes "knacken", um einen fiktiven Staudammbruch zu verhindern. Daran kann man unter anderem sehen, in wie vielen Bereichen die Digitalisierung bereits völlig selbstverständlich geworden ist.

zu neuen Zellulosefasern oder dem Rohstoff Zellulose in hoher Qualität verarbeitet werden.

An drei Thementischen tauschten sich mehr als 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer jeweils eine halbe Stunde zu den Vor- und Nachteilen der Lösungen aus und diskutierten über die Einsatzmöglichkeiten. Am Tisch Produktschutz erfuhren die Unternehmer, dass zwar kundenindividuelle Tracer eingebracht werden, die digital ausgelesen werden können, damit aber trotzdem keine Datensammlung möglich ist. Das Verfahren bietet eine individuelle und hohe Prozesssicherheit. Am Tisch Lieferkettentransparenz wurde über die Erfüllung staatlicher Vorgaben gesprochen, z. B. das Sorg-

faltspflichtengesetz. Ausgelotet wurden die Sichtbarkeit (wie viele Informationen gebe ich an Kunden, Zulieferer und Wettbewerber preis) und mögliche Rechterollen auf der Plattform sowie die automatische Überprüfung der Datengültigkeit von dort eingepflegten Zertifikaten. Am Tisch Upcycling wurde diskutiert, ob Faserabfall automatisch Mangelware ist und wie nachhaltig Rezyklate eigentlich sind. Von besonderem Interesse war der Umgang mit Restfarbe und Schadstoffen im Re- und Upcycling-Prozess.

Veranstaltungsübersicht

Aus- und Weiterbildung

29.04.2021

Ausschuss für Bildungsfragen

30.04.2021

Arbeitskreis Ausbildernetzwerk: Impulsvortrag Azubi-Recruiting Corona zum Trotz

23.03.2022

Impulsvortrag & Erfahrungsaustausch:
Ist Ihr Unternehmen fit für den Girls' & Boys' Day 2022?

Arbeits-/Personalwirtschaft

22.09.2021

ifaa Seminar „Shopfloor Management – Potenziale mit einfachen Mitteln erschließen“

24.09.2021 u. 26.11.2021

Arbeitskreis Strategische Personalarbeit: Employer Branding –
Wie wird man eine attraktive Arbeitgebermarke?

10.11.2021 und 23.02.2022

ifaa Seminar „Fachkräftesicherung durch vielfaltsbewusste Personalarbeit“

Arbeits-/Tarifrecht/Sozialpolitik

15.06.2021 u. 17.06.2021

Workshop: „Mitarbeiterführung in Veränderungssituationen“

23.11.2021

Arbeitskreis der Personalleiter*innen

19.01.2022

„Betriebsratswahl 2022 – Ein Überblick“

03.03.2022

Online-Seminarreihe Arbeitsrecht auf den Punkt:
„Formal rechtssicher kündigen“ Teil 1

06.04.2022

Online-Seminarreihe Arbeitsrecht auf den Punkt:
„Formal rechtssicher kündigen“ Teil 2

07.04.2022

Interaktiver Live-Online-Workshop:
„Erfolgreich führen auf Distanz –
Tipps und Methoden zur Stärkung virtueller Führungskompetenz“

Zoll & betriebliche Logistik

09.06.2021

Zoll-Basics für Einkauf und Vertrieb

13.07.2021

Neue Ursprungsregeln in der Pan-Euro-Med-Zone

07.12.2021

Zoll und Außenwirtschaft Update 2022

02.02.2022

Grundlagen Zoll – Zollverfahren im Überblick

Umwelt, Nachhaltigkeit & Energie

05.10.2021

Arbeitskreis Umweltschutz

05.04.2022

Arbeitskreis Umweltschutz

Kooperationsveranstaltung

24.08.2021

"Start-ups meet Mittelstand" gemeinsam mit dem
Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Textil vernetzt

Beliebter Blickfang



Unser Verbandsgebäude erfreut sich nach wie vor großer Aufmerksamkeit. Immer wieder erreichen uns Wünsche, das Gebäude zu besichtigen. Im Angebot eines örtlichen Veranstalters von Architekturführungen in Münster ist unser Gebäude fester Programmbestandteil. Regelmäßig wird es auch gerne als Fotomotiv und Kulisse genutzt. Im zurückliegenden Jahr diente unserer Ziegelfassade bei Shootings zu ganz unterschiedlichen Anlässen als Hintergrund. Zum einen warb die münster-

sche Kabarettgruppe „Storno“ mit unserem Gebäude als Hintergrund für ihr neues Programm. Aufwändiger war das Shooting, für das die international tätige Fotografin Anne Luckmann unser Gebäude „gebucht“ hatte. Sie hatte sich die Ziegelfassade als Kulisse für Fotos eines neuen BMW-Modells ausgesucht, die für den entsprechenden Prospekt gedacht waren. Leider gefielen sie BMW nicht so gut wie uns, so dass sie nur hier in unserem Jahresbericht erscheinen.



Die Arbeit in der Rechtsabteilung im ausgehenden 20. Jahrhundert

Ein nicht ganz ernst gemeinter und persönlicher Rückblick
von Ass. jur. Thomas Niehaus und Ass. jur. Dr. Eckbert Schipprowski



Ass. jur.
Dr. Eckbert Schipprowski



Ass. jur. Thomas Niehaus

Beim Verband gibt es eine schöne Tradition: Hat eine Kollegin oder ein Kollege Geburtstag, trifft man sich am frühen Nachmittag auf eine Tasse Kaffee mit einem Stück Kuchen. Neben der Gratulation des Geburtstagskinds und dem obligaten Geburtstagsständchen findet sich so, zwischen Gerichts- und Firmenterminen, Telefonkonferenzen, dem Erstellen von Schriftsätzen und dem Beantworten von E-Mails, ein wenig Zeit für Begegnung und Austausch.

Wird auf diese Weise der 30. Geburtstag der jüngsten Kollegin der Rechtsabteilung gewürdigt, beschleicht einen das dumpfe Gefühl, das man diese Zeitspanne bereits mit dem Verbreiten von Rechtsirrtümern verbracht haben könnte.

Bei genauerem Hinsehen findet sich die Bestätigung: tatsächlich startete das Berufsleben zu Beginn der Neunzigerjahre des letzten Jahrhunderts, damals noch beim Textilverband Nord-West¹. Unvergessen bleibt der erste Arbeitstag, als man voller Elan mit seinem ersten Auto, einem gebrauchten Golf Diesel II, auf den Verbandsparkplatz fuhr und vom Hauptgeschäftsführer mit der Frage begrüßt wurde, wo man denn das grüne Nummernschild für landwirtschaftliche Nutzfahrzeuge gelassen habe.

Beim anschließenden Rundgang durch die Büros dann die nächste Ernüchterung: Nachdem man noch wenige Wochen zuvor mit einem Apple Macintosh LC seine Hausarbeit für das zweite Staatsexamen mit deutlich über 100 Seiten selbst erstellt

hatte, hießen einen die Mitarbeiterinnen im Büro freundlich von ihren Arbeitsplätzen, die mit elektrischen Schreibmaschinen ausgestattet waren, aus willkommen. Stolz wurde angemerkt, es gebe sogar eine Speicherschreibmaschine, die eine geschriebene Zeile vor dem späteren Ausdruck speichere, sodass etwaige Tippfehler noch rechtzeitig ohne Tipp-Ex zu korrigieren seien.

Schriftsätze wurden mittels eines analogen Kassettendiktiergeräts vom Typ Grundig Stenorette erstellt, vom Assistenzteam auf Papier gebracht, vom Verfasser Korrektur gelesen und vom Assistenzteam – manchmal mehrfach – entsprechend korrigiert, bevor sie schließlich zu den Arbeitsgerichten „expediert“ wurden, um dort die Richter zu beeindrucken. Enthielt eine Seite weniger als drei Tippfehler, lag das noch im grünen Bereich, gegebenenfalls wurde händisch nachkorrigiert. Half auch das nicht, wurde die Seite halt neu geschrieben. „Freude“ kam regelmäßig auf, wenn die Kassetten samt Diktat bereits vor der Verschriftlichung mittels eines Magnetblockes gelöscht worden waren. Dann musste eben die Mittagspause ausfallen und neu diktiert werden.

In der Folgezeit ließ sich auch im Verband der technische Fortschritt nicht mehr aufhalten. Nach dem freundlichen Hinweis, es gebe inzwischen auch „IBM kompatible“ Rechner mit einem benutzerfreundlichen Windows 3.1 Betriebssystem, wurde man – nach einem ersten Ausdruck der Überraschung – mit der verantwortungsvollen Aufgabe be-

¹⁾ Die Fusion mit dem Bekleidungsverband erfolgte erst 2002.



Ehemals „moderne“ PC Einheit

traut, die Anschaffung des Equipments zu organisieren. Langsam nahm die Digitalisierung Fahrt auf und bald war das erste kleine Windows 95 Netzwerk zwischen einem Juristen und dem Assistententeam geboren. Korrigierte man dann am Rechner einen Satz, witterte der damalige Leiter der Rechtsabteilung allerdings zunächst offenbar noch Verrat am gesamten juristischen Berufsstand, was mit der Frage zum Ausdruck kam: „wie, Sie schreiben selbst?!“ Seine Praxis, eine Mitarbeiterin zum Diktat für das neuartige Korrespondenzformat „E-Mail“ in sein Büro zu bitten, ließ sich von ihm aber auch nur kurze Zeit aufrechterhalten, so dass auch er nicht umhinkam, sein „Zweifingersuchsystem“ zu perfektionieren.

Dagegen gestaltete sich die juristische Recherche zeitgemäß, und zwar analog per Buch. Insoweit konnte der Jurist eine kleine Bibliothek, die aus einer Reihe nicht immer ganz aktueller Kommentare und Lehrbücher, Zeitschriften und einer sog. Loseblattsammlung mit höchstrichterlicher Rechtsprechung bestand, als Quelle seiner juristischen Inspiration nutzen. Reichten diese Materialien nicht aus, war ein Spaziergang zur Fachbibliothek der Uni Münster unverzichtbar, was nicht selten dazu

führte, dass mit dem Rechtsersuchen einige Stunden wertvoller Arbeitszeit verstrichen. Der geneigte Leser erkennt an dieser Stelle, dass der Begriff „Zeit“ in dieser Epoche noch eine andere Dimension hatte. Eine gewisse Optimierung und – zumindest im Hinblick auf die ggf. entfallenden Spaziergänge – auch Zeitersparnis hätte da sicherlich der Ausbau des Buchbestands gebracht. Anregungen in dieser Hinsicht wurden indes eher dahingehend hinterfragt, ob man die Werke zur Anfertigung einer Dissertation benötigen würde. Im Übrigen wurden vorsichtige Verbesserungsvorschläge freundlich, aber bestimmt, mit dem bekannten und unwiderlegbaren Argument: „Das haben wir schon immer so gemacht“ im Keim erstickt.

Die juristische Beratung spielte sich trotz neuer technischer Möglichkeiten für lange Zeit überwiegend am Telefon ab. Eilige Anfragen wurden per Telefax gesendet, ansonsten griffen die Unternehmen gerne noch zum klassischen Brief, auch wenn hier mitunter eine durchaus rustikal anmutende Formulierung des Wunsches nach Beratung anzutreffen war: „Herr Niehaus, 1.) prüfen, 2.) Antwort Freitag.“ Vielleicht war dies aber auch nur eine Art „Brückentechnologie“ zur inzwischen etwas unkonventionel-



Altes Verbandsgebäude
Moltkestrasse

leren Form der heutigen E-Mail-Korrespondenz.

Die betrieblichen Ansprechpartner waren häufig Betriebsleiter, die nach einer textilspezifischen Ausbildung im zarten Alter von 15 Jahren in der Folgezeit die interne Erfolgsleiter erklimmen hatten, fachlich sehr versiert und zugleich für Personalfragen zu-

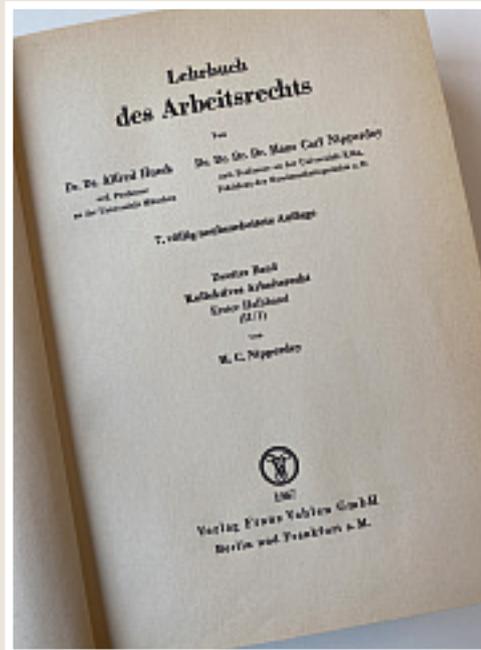
ständig waren. Die mitunter sehr praxisnahe Haltung zu arbeitsrechtlichen Themen führte indes manchmal dazu, dass im Betrieb ein „Rechtsbiotop“ entstand, das leider nicht immer mit der „Welt der Rechtsprechung“ kompatibel war. Für viele „Personaler“ reichte es für eine ordnungsgemäße Betriebsratsanhörung aus, wenn man dem

Alter Besprechungsraum
Moltkestrasse



Betriebsratsvorsitzenden den Kündigungssachverhalt kurz und knapp erläuterte und dieser sodann im Anschluss seine Zustimmung erklärte. Um diese und andere Wissenslücken zu schließen, wurde die Institution des Arbeitskreises der Personalleiter ins Leben gerufen, der allerdings, und das mag ein wenig nachdenklich stimmen, bei den damaligen Teilnehmern bis heute nicht unbedingt wegen der Qualität der Referate in eindrucksvoller Erinnerung geblieben ist, sondern wegen der zeitlichen Lage der Treffen, der Parkplatzqualität mit Garten-Ambiente und der Beschaffenheit des rustikalen Tagungsraums. Traditionsgemäß wurde der Termin für das „Herbsttreffen“ so gelegt, dass dieser mit dem Beginn des beliebten Münsteraner Weihnachtsmarktes zusammenfiel. Es verwundert sicherlich nicht, dass an diesem Tag eine hohe Teilnehmerzahl verbucht werden konnte, die nicht nur dazu führte, dass die Damen des Assistententeams ihre Qualitäten als „Einparkhilfe“ auf dem verbandseigenen Parkplatz unter Einbeziehung des Obstgartens unter Beweis stellen konnten. Vielmehr bedeutete dies für manchen Teilnehmer auch, dass er, je nach Wahl der Sitzmöglichkeit oder -position, entweder - wegen der querstehenden Tische - mit einem steifen Nacken und/oder mit Handquetschungen, die durch ein beherztes Verrücken der mit Armlehnen versehenen schweren Stühle beim Kontakt mit den Tischen oder den Stühlen des Sitznachbarn verursacht wurden, die Heimfahrt antreten musste.

Trotz derartiger kollektiver „Aufklärungsversuche“ konnten manche Telefonate durchaus mehrere Stunden andauern in der Hoffnung, man könne sein Gegenüber für die rechtlichen Besonderheiten des Sachverhaltes sensibilisieren. Dies gelang, wie man sich denken kann, nicht immer. Hatte der Betriebsleiter beim Halt an der Ampelanlage einen arbeitsunfähig erkrankten Arbeitnehmer in dem Obst- und Gemüseladen des Bruders



an der Waage hantieren sehen, wurde daraus gefolgert: „Das ist ja wohl die Fristlose“. Im Gütertermin beim Arbeitsgericht erfolgte dann die Ernüchterung, als der Gekündigte, der natürlich vorher nicht befragt worden war, erklärte, er habe an dem Tag dort nur eingekauft.

War der Weg der Kündigung einmal beschritten, sollte er trotz derart unliebsamer Wendungen, qua Abfindungslösung zu Ende gegangen werden. Das war allerdings einfacher gesagt als getan, waren doch die finanziellen Kapazitäten der Unternehmen begrenzt bzw. der





Arbeitsgericht
Bocholt

Wille, „hohe“ Abfindungen zu zahlen, nicht sonderlich stark ausgeprägt. Die sog. Regelabfindung gab es im Rahmen der Verhandlungen schlichtweg nicht. Abfindungen pendelten sich vielmehr im Rahmen der auch zu dieser Zeit noch gerichtsbekanntem „textilen Lösung“ nicht selten bei einem Faktor von 0,25 ein, der bei Sozialplänen gelegentlich sogar noch unterboten wurde. Vereinbarte man indes bei einem aussichtslosen Fall eine höhere Abfindung, wurde einem in der Rechtsabteilung der wenig rühmliche Titel „Der Mann mit der großen Schaufel“ verliehen. Die Gegenseite zollte diesem Entgegenkommen ob der gefühlt jahrhundertealten Tradition allerdings Respekt, was sich in Äußerungen wie „Das ist ja mehr als wir erwarten durften“, zeigte.

Auch so manch andere textile Besonderheit aus altvorderer Zeit musste sich einem erst noch erschließen, so etwa, als auf eine Frage im Zusammenhang mit einem Betriebsübergang oder ein anderes Mal zur sozialen Auswahl seitens des erfahrenen Rechtsabteilungs-

leiters lapidar darauf hingewiesen wurde, in der Textilindustrie gebe es keinen Betriebsübergang und auch keine soziale Auswahl. Nachdem man mit einem freundlichen Wort des Dankes für die Auskunft, aber mit ebenso großer Verwunderung das Büro des Abteilungsleiters etwas verstört verlassen hatte, erschloss sich einem erst in der Folgezeit und nach dem Studium einschlägiger Literatur, dass bei dieser Auskunft offenbar mehr der Wunsch denn die Realität Vater dieses Gedankens war und es tatsächlich – leider(?) – wohl doch keine solche „Lex Textil“ gab.

Zu jener Zeit wurden Arbeitnehmer in den Verfahren vor dem Arbeitsgericht noch weit überwiegend von der Gewerkschaft vertreten, was sich darin zeigte, dass ca. $\frac{2}{3}$ der Gütettermine den Kollegen vom DGB gehörten. Nicht selten saß man morgens ab 9:00 Uhr beim Arbeitsgericht mit zahlreichen Akten, die dann mit denselben Beteiligten im Gütetermin nacheinander abgearbeitet wurden. Anders als die Kollegen von der Rechtsanwaltszunft hatten dabei die Gewerkschafts-

sekretäre kein „gebührendes“ Interesse mit der Folge, dass man – trotz aller Interessengegensätze – gemeinsame Regeln und Konditionen entwickelte und auf dieser Basis vertrauensvoll kooperierte. Vor allem bei sog. Massenentlassungen war dies im Sinne aller Beteiligten. So traf man sich mit Gewerkschaftssekretären nach Gerichtsterminen auch schon mal in der Gerichtskantine, um sachgerecht und zielorientiert „zu vereinbaren“, dass grundsätzlich auch die weiteren Verfahren entsprechend der gefundenen Lösung erledigt werden könnten.

Die flächendeckenden Personalabbaumaßnahmen in den 1990er Jahren waren erheblich, so dass auch mancher Mitarbeiter der Rechtsabteilung unweigerlich über seine Zukunft beim Verband nachdachte. Allerdings konnten angesichts einer durchschnittlichen Reduzierung der Gesamtbeschäftigtenzahl von ca. 3 % p.a. selbst Juristen, die der Mathematik traditionsgemäß eher skeptisch gegenüberstanden, unter Zuhilfenahme eines Taschenrechners ermitteln, dass ihr Arbeitsplatz für die nächsten gut 30 Jahre hoffentlich gesichert sei.

Die Arbeitsgerichtsbarkeit der ersten Instanz fristete zu jener Zeit in baulicher Hinsicht eher ein Schattendasein. Regelmäßig fanden die Verhandlungstermine entweder in eher historisch anmutenden Räumlichkeiten oder aber in Sitzungssälen der Amtsgerichte, in Rathaussälen, Schulen oder Pfarrheimen statt. Leider waren Verhandlungen in Letzteren trotz ihrer sakralen Nähe nicht automatisch erfolgreicher für die Arbeitgeberseite. Die Verhandlungen selbst zeichneten sich vor allem dadurch aus, dass bei manchem Vorsitzenden ein gewisses Sendungsbewusstsein anzutreffen war, das er vornehmlich zur Sicherung der Position der Arbeitnehmerseite einzusetzen gedachte. Als regelmäßiger Gast derartiger Termine waren einem diese Usancen natürlich bekannt, nicht indes manchem

Geschäftsführer, was dazu führte, dass dieser durch einen Tritt gegen das Schienbein vor unachtsamen Antworten und vor einem für ihn negativen Urteil bewahrt werden musste. Diese milde Form der Körperverletzung, die juristisch gesehen ein klarer Fall von „Notwehr“ und damit gerechtfertigt war, hinderte den Geschäftsführer dennoch nicht daran, diese gute Tat im Anschluss an den Termin mit einem Kaffee und einem belegten Brötchen zu belohnen.

Manch einem Leser mag dieser Bericht wie eine Schilderung aus einer längst vergessenen bzw. einer ihm unbekanntem Zeit anmuten. Gleichwohl ist diese Zeit bis heute für unsere Arbeit prägend und hat uns gezeigt, wie wichtig es ist, seine Aufgaben mit Respekt gegenüber der Arbeitnehmerseite, einer Portion Demut und dem Willen, stets das Optimum für die Mitgliedsfirmen zu erreichen, zu bewältigen. Bewusst vermeiden wir an dieser Stelle den alt bekannten Spruch, wonach früher alles besser war, und das aus gutem Grund. Er trifft schlichtweg nicht zu.

Arbeitsgericht
Rheine



Unser Verband

Unser Verband der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie

hat 240 Betriebe
mit 26.500 Beschäftigten
und einen Gesamtumsatz von 6 Mrd. Euro
davon 2 Mrd. Euro Export



Präsidium

Präsident	Vizepräsidenten	Präsidiumsmitglieder	
Dr. Wilfried Holtgrave	Wolfgang Brinkmann Jan Kettelhack	Dr. Marc Barrantes Dr. Nikolas P. Bastian Stefan Brandmann Thomas Dankbar Johannes Dowe	Dr. F.-Hans Grandin Bruno Lammers Markus Regenstein Konrad Schröer Klaus Walther
	Schatzmeister Franz-Peter Falke		

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

in der Hauptgeschäftsstelle Münster

Telefon 0251 / 5 30 00-0

Hauptgeschäftsführung

Rechtsanwalt (Syndikusrechtsanwalt)
Dr. Walter Erasmy -30
Assistenz: Anke Herbst -31

Abteilung Arbeitsrecht, Tarifrecht und Sozialpolitik

Leitung: Assessor
Dr. Eckbert Schipprowski -54
Mitarbeiter: Assessor
Thomas Niehaus -52
Assessorin
Birte Vogel -50
Rechtsanwältin
(Syndikusrechtsanwältin)
Leonie Weymerich -53
Assistenz: Silke Menke/
Susanne Cooper -51

Abteilung Wirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit

Leitung: Oliver Teuteberg -33
Assistenz: Madita Mevenkamp -34

Abteilung Umwelt, Energie und Verbraucherschutz

Leitung: Dr. Markus Strauß -37
Mitarbeiter: Dr. Markus Schnieder -36
Mona Huschyar -57
Assistenz: Silvia Heinen -56

Abteilung Arbeits-/Personalwirtschaft und Aus-/Weiterbildung

Leitung: Dipl.-Ing.(FH), Dipl.-Wirtsch.-Ing.(FH)
Master of Arts (TU) in Human Resources
Dirk Tschöpe -39
Assistenz: Susanne Cooper -38

Zentrale Dienste

Buchhaltung: Betriebswirtin Steuer und RW
Sonja Blom -40
Auszubildende: Celina Kleinworth -29

Geschäftsstellen

in der Geschäftsstelle Bielefeld

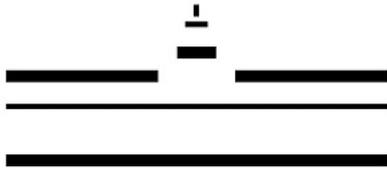
Telefon 0521 / 9 65 720

Leitung: Rechtsanwalt
(Syndikusrechtsanwalt)
Marco Rother
Assistenz: Nicola Horsthemke

in der Geschäftsstelle Hamburg

Telefon 040 / 63 78-44 00

Leitung: Rechtsanwalt
(Syndikusrechtsanwalt)
Martin Weller
Assistenz: Anett Neugebauer



WESTFÄLISCHE
WILHELMS-UNIVERSITÄT
MÜNSTER

Förderer der Westfälischen
Wilhelms-Universität

Statistiken/Grafiken/Bilder:

AKTIV

Adobe stock

Go Textile!

Verband der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie

Textilakademie NRW

Deutscher Bundestag

textil+mode

Land NRW

Gerry Weber

Dr. Markus Pieper

EU-Kommission

Anne Luckmann

STORNO

Mona Huschyar

EU-Parlament

Herausgeber:

Verband der Nordwestdeutschen Textil- und
Bekleidungsindustrie e.V., Münster

V.i.S.d.P: Oliver Teuteberg

Grafik-Design:

Monika Lerch, Münster

Gesamtherstellung:

Thiekötter Druck GmbH & Co. KG, Münster

Verband der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V.
Martin-Luther-King-Weg 10 · 48155 Münster · Telefon 02 51 / 5 30 00-0
<http://www.textil-bekleidung.de>